

Populizam kao retorička taktika u suvremenom hrvatskom političkom diskursu

Maja Rogulj, Gabrijela Kišiček

Ovaj rad pokušat će pokazati da je "specifična politička kultura" današnjice snažno obilježena kulturom populizma te analizirati politički diskurs koji reflektira obilježja takve kulture. Populizam nije inovacija ni ovog desetljeća ni 21. stoljeća – populizam je prema nekim autorima star koliko i demokracija, ali ozbiljnija istraživanja populizma provode se tek nekoliko desetljeća

Javni se govor prema Škariću (2003: 9) mjeri drugačijim mjerilom nego onaj privatni, te je "u njemu povećana odgovornost izgovorene riječi u istinitosti i djelotvornosti, u društvenoj korisnosti i opravdanosti, u toleranciji i etici, u esteticima i govorno-jezičnoj ispravnosti te u kulturi uopće", a Zarefsky (2014: 23) ističe da je politički diskurs prvenstveno diskurs javne sfere, koji reflektira obilježja specifične političke kulture. Ovaj rad pokušat će pokazati da je "specifična politička kultura" današnjice snažno obilježena kulturom populizma te analizirati politički diskurs koji reflektira obilježja takve kulture. Populizam nije inovacija ni ovog desetljeća ni 21. stoljeća – populizam je prema nekim autorima star koliko i demokracija, ali ozbiljnija istraživanja populizma provode se tek nekoliko desetljeća. Spomenuta specifičnost odnosi se na potrebu za boljim razumijevanjem i razlikovanjem populiz(a)ma zbog sve veće prisutnosti tog pojma u svakodnevnom javnom govoru u jeku nedavnih političkih događaja – migrantske krize, *Brexita*, američkih predsjedničkih izbora, hrvatskih parlamentarnih i lokalnih izbora. "Politička aktivnost ne postoji bez uporabe jezika" navode Chilton i Schöffner (2002: 3) i ističu da kada Aristotel daje svoju definiciju čovjeka kao društvene ili političke životinje (*zoon politikon*) ujedno govori i o jedinstveno ljudskoj sposobnosti govora: "da je čovjek društvena životinja, više od svake pčele i bilo koje životinje, posve je jasno. Jer ništa, kao što kažemo, uzalud narav ne čini. A govor jedino čovjek ima među [svim] životinjama" (*Pol.* 1253a).

Teorijsko određenje populizma

Albertazzi i McDonnell (2007) vješto uspoređuju definiciju alkoholičara koju iznosi irski pjesnik Dylan Thomas ("Netko tko nam se ne sviđa, a tko pije jednako koliko i mi") s korištenjem epiteta "populistički" od strane velikog broja političara i medija, a Canovan (1981) primjećuje kako, za razliku od konzervativaca i socijalista, populisti sebe rijetko nazivaju populistima i najčešće odbijaju tu odrednicu kada dolazi od drugih. S obzirom na preširoko, nejasno i često pogrdno značenje tog "epiteta", potrebno ga je što jasnije predstaviti, ali to nije lak zadatak i gotovo uvijek dolazi s određenom dozom ograđivanja od konačne definicije, što Moffitt i Tormey (2014: 382) komentiraju kada govore da je priznavanje osporavane naravi populizma postala "aksiomska

Znanstveno proučavanje populizma vrlo je heterogeno područje unutar kojeg se pojavljuju brojni pokušaji definicija koji se najvećim dijelom slažu oko učestalog pozivanja na narod i kritike elita kao osnovnih karakteristika populizma, ali se bitno razlikuju u perspektivi

značajka" literature koja se njime bavi. Najšire shvaćeno, populizam vežemo uz političare, stranke i pokrete koji se pozivaju na narod (Milardović, 2004: 26). Precizniji odgovor na pitanje "što je populizam?" komplicira činjenica da je kroz povijest tim pojmom opisan niz diktatura, političkih pokreta, stranaka, ideologija i vođa iz vrlo različitih geografskih, povijesnih i ideoloških konteksta. Također, populizam se definira preko političkih, ekonomskih, diskurzivnih i društvenih obilježja (Weyland, 2001: 1), a njemu se pristupa iz sve brže rastućeg broja teorijskih perspektiva. Što je onda populizam? To pitanje podsjeća na zahtjev filozofa Vroomfondela za "rigidno definiranim područjem sumnje i nejasnosti" u satiri Douglasa Adamsa. Müller (2017: 93) opaža da "koliko god da se činilo kontraintuitivno, jedina stranka u povijesti Sjedinjenih Američkih Država koja se eksplicitno nazivala 'populističkom', zapravo nije bila populistička." Weyland (2001: 1) populizam naziva "posebno zbunjujućim konceptom" te navodi da dio znanstvenika predlaže napuštanje koncepta i "bijeg od konfuzije", ali i da su unatoč tome brojni autori koji vide populizam ne samo kao koncept vrijedan proučavanja, nego i neophodan za razumijevanje suvremene politike,¹ a Mudde i Rovira Kaltwasser (2007: 5) drže da je "frustracija razumljiva, ali da je pojam populizam u središtu previše rasprava o politici od Europe do Amerika da bi se jednostavno odbacio".

Znanstveno proučavanje populizma vrlo je heterogeno područje unutar kojeg se pojavljuju brojni pokušaji definicija koji se najvećim dijelom slažu oko učestalog pozivanja na narod i

kritike elita kao osnovnih karakteristika populizma, ali se bitno razlikuju u perspektivi. Prvu veliku podjelu populiz(a)ma napravila je Canovan (1981), koja populizam dijeli na agrarni i politički, a politički populizam dalje dijeli na četiri podtipa:

1. populistička diktatura (Juan Perón i Getúlio Vargas)
2. populistička demokracija (pozivanje na više političke participacije kroz referendume i sl., primjerice Austrija i Francuska)
3. reakcionarni populizam (George Wallace, Gore Vidal)
4. populizam političara (pozivanje na "narod" koje ne mora biti ideološko).

Zakošek (2010: 7), kao i Akkerman (2003), također razlikuje dva značenja pojma: populizam kao sredstvo i stil u politici koji je izraz krize stranačke demokracije i slabljenja privrženosti birača etabliranim političkim strankama (Haider u Austriji i Le Pen u Francuskoj) te populizam kao integralni model politike koji "reagira na stvarne ili percipirane deficite suvremene liberalne demokracije i nudi rješenja u ime "naroda", "malog čovjeka" i "zdravog razuma". U središtu je karizmatički politički vođa koji "neposredno artikulira *vox populi*, zaobilazeći ograničenja koja volji naroda nameću ustavne institucije, podjela vlasti, nadnacionalni režimi ili politička korektnost elita" (Zakošek, 2010: 7). Grbeša i Šalaj (2017: 328) predlažu "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", a s obzirom na to da su ta dva shvaćanja populizma ujedno i ona koja će biti najvažnija u analitičkom dijelu ovog rada, detaljnije će biti predstavljena u ostatku ovog poglavlja.

O populizmu kao retoričkoj taktici piše Kišiček (2018: 105): "Jačanje populističke retorike prisutno je svuda u svijetu, a u europskim zemljama sve više jačaju stranke krajnje desnice čija je retorika temeljena na populizmu i izazivanju straha i ljutnje kod birača. Nizozemska, Njemačka, Francuska (...) sve su se te zemlje susrele s jačanjem populističkog diskursa koji se temelji na isticanju podjela 'mi' i 'oni', a koji se nastavlja na isticanju opasnosti od 'njih'".

Osim isticanja jaza između naroda i političkog establišmenta, retoriku populista odlikuju još neke značajke. Jedna od njih jest i apeliranje na osjećaje publike, i to dominantno osjećaje straha (*argumentum ad metum*) od gubitaka radnih mjesta, od terorizma i sličnih apokaliptičnih scenarija, apeliranje na osjećaje prijezira, ljutnje, gorčine (*argumentum ad indignationem*, *argumentum ad iram*, *argumentum ad odium*) prema drugima i drugačijima te apeliranje na osjećaje ponosa i dostojanstva (*argumentum ad superbiam*). Naime, retoriku populista karakterizira gotovo potpuno zanemarivanje *logosa* (uvjeravanja argumentima), a dominantno postaje uvjeravanje *patosom* (djelovanje na osjećaje publike).

Nadalje, Kišiček (2018: 106) navodi: "Retorički stil populista također je specifičan. Budući da se predstavljaju kao oni koji govore što tiha većina misli, kao oni koji će 'hrabro' i 'odlučno'

govoriti javno ono što im je na pameti, to vrlo često može izgledati kao manjak 'kućnog odgoja' (a što nerijetko zaista i jest slučaj) pa će u sučeljavanjima ili intervjuima koristiti neprimjeren rječnik, upadati u riječ i pokazivati nisku razinu govorničke kulture i općeg bontona."

Prema Kišiček (2018: 107): "Da bi se nekoga zaista okarakteriziralo kao populističkog političara, potrebno je da on kontinuirao koristi populističke retoričke taktike. Svaki političar se prije ili kasnije nađe u prilici da izjavi nešto što bi se moglo okarakterizirati kao populističko (pa kažemo: premijer je dao jednu populističku izjavu u toj situaciji), svaki političar u predizbornoj kampanji koristi više ili manje populizama kako bi se 'približio' svojim biračima. Međutim, populistu su oni političari koji navedene retoričke taktike koriste kao dominantna i preferirana sredstva uvjeravanja."

Populizam Milana Bandića

Iako populističke elemente možemo pronaći od samih početaka hrvatske demokracije i retorike HDZ-a u doba Franje Tuđmana, Zakošek (2010: 9) novu dimenziju populizma u hrvatskoj politici vidi u predsjedničkoj kandidaturi Milana Bandića i njegovoj "populističkoj instant ideologiji" čiji su temeljni elementi protustranački resantiman ("čovjek, a ne stranka"), mobilizacija protiv "crvene Hrvatske", protuintelektualizam i glorifikacija "malog čovjeka" te retorička skrb za socijalno ugrožene, koje se za vlast pokušava vezati klijentističkim poklonima.

Retorika Milana Bandića utemeljena je na argumentaciji *etosom* u gotovo nevjerojatoj mjeri, tolikoj da gotovo svi njegovi argumenti proizlaze iz nje. Njegov retorički *etos* glavni je razlog zbog kojeg se u medijima Bandić najčešće od svih analiziranih političara označava kao populist.

Ono što je ključno za *auctoritas* jest da je često zamjenjivao logičku argumentaciju, a to je jedna od najvažnijih odlika retorike Milana Bandića kojem je glavni argument njegov karakter i autoritet utemeljen na činjenici da je gradonačelnik šesti put zaredom

Uvjeravanje *logosom* najmanje je zastupljeno u retorici Milana Bandića i često se svodi na argumentiranje poslovicama i narodnim mudrostima, anegdotama i pojedinačnim primjerima koji ne odražavaju pravo stanje stvari. Stječe se dojam da Milan Bandić drži da je njegova logika jako jednostavna i da se ne treba tu previše objašnjavati (čemu ide u prilog i navedeno korištenje poslovice i narodnih mudrosti, onoga što se obično uzima ispravnim), a veliki broj njegovih tvrdnji kao potkrjepu ima samo činjenicu da on to tako kaže, što proizlazi i iz specifično

načelnog argumentiranja *etosom*. Kada govori o kandidaturi za gradonačelnika, argument koji najčešće ponavlja je "ako sam izabran šest puta, očito nešto radim dobro", a i kada govori o parlamentarnim izborima glavni argument mu je uspješnost upravljanja Zagrebom i njegova osnovna politička tvrdnja je "ako postanem premijer, Hrvatskoj će biti jednako dobro kao i Zagrebu", a njegovo viđenje željene funkcije najjasnije je iz fraze "gradonačelnik Hrvatske". S obzirom na to da su ovlasti i dužnosti gradonačelnika i premijera ipak različite, nabrojanje uspjeha povezanih za Zagreb primarno je u službi izgradnje *etosa*, a ne *logosa*. Najčešće pogreške u retorici Milana Bandića su pogreške diverzije, a na pitanja često odgovara protupitanjima koja su nepovezana s temom ("koliko ste Vi imali iz povijesti?"), agresivna ("je li Vama draži Tito ili Hrvatska?"), humoristična ("tko je od nas dvojice ljepši?") ili kombinacija nečeg od navedenog. *Patos* je prisutan u retorici Milana Bandića i u dijelovima u kojima ističe svoj *etos* i kada govori o siromašnim obiteljima, pomoći za izbjeglice, sigurnosti, zajedništvu koje "krili ostalo kao galeb na Bundeku ili Jarunu" i kada moli sve "od dragog Boga da nas ne dijele jer nismo neprijatelji". Za vrijeme pobjedničkog govora najviše emocija kod govornika i publike izazvalo je njegovo isticanje dolaska Kate Zadro: "vrijedi zaplakati i vrijedi raditi za to, kada Kata Zadro dođe ona nikome nije dužna, ona je došla kao majka poginulog Roberta u Kupresu, 50 kilometara od moje kuće". Iako emocionalno snažno nabijen i posvećen tuđoj tragediji, ni taj dio nije pošteđen isticanja osobne veze s tragedijom, u ovom smislu doslovne, geografske blizine.

Prema Aristotelu, izgradnja *etosa* u govoru ne događa se eksplicitno, odnosno tako što govornik govori o sebi ili ističe svoje vrline (Maingueneau, 1987: 31, prema: Danler, 2013: 71), ali upravo to je retorička strategija koja dominira diskursom Milana Bandića. Treba naglasiti da nije i jedina – Milan Bandić humorom i prikazivanjem stručnosti i znanja o Zagrebu gradi *etos* i na način o kojem su pisali grčki retoričari, ali njegov retorički *etos* bolje je opisati terminima druge tradicije klasične retorike. Prema Žmavc (2012: 186), "rimski retorički *etos* kao retorička strategija sastoji se gotovo u potpunosti od govornikove postojeće reputacije i autoriteta koji iz nje proizlazi". U rimskom sudskom govorništvu ova vrsta retoričkog *etosa* ne samo da je bila dio argumentacije, nego je često predstavljena i kao njezino glavno obilježje, a u političkom govorništvu govorniku bez istaknutih predaka bilo je dozvoljeno eksplicitno isticati vlastite vrline. Ako je govornik želio svoj karakter koristiti kao oblik dokaza i način uvjeravanja, morao je pokazati da ima *dignitas* (da je dostojan pozicije), *honor* i *gloria* (izvrstan osobni i javni angažman), *existimatio* (govornički ugled) i, ključni element u kontekstu rimskog *etosa*, *auctoritas* – divljenje osobi koja pokazuje mudrost, vještinu i osjećaj odgovornosti u osobnim i javnim pitanjima i koje se može zaraditi na račun slavni predaka, ali najčešće se ostvaruje vlastitim hvalevrijednim političkim djelovanjem. Ono što je ključno za *auctoritas* jest da je često zamjenjivao logičku argumentaciju, a to je jedna od najvažnijih odlika retorike Milana Bandića kojem je glavni argument njegov karakter i autoritet utemeljen na činjenici da je gradonačelnik šesti put zaredom.

Pet je temelja na kojima Milan Bandić uvijek iznova izgrađuje i potvrđuje svoj *etos*. Oni su ovdje navedeni kao poopćeni

"etotični" argumenti koji se najčešće ponavljaju u njegovom diskursu – ponekad implicitno, ponekad eksplicitno; ponekad samostalno, ponekad u kombinaciji.

1. Milan Bandić nije savršen, ali je najbolji (ako ne i jedini).
2. Milan Bandić je neumorni radnik gotovo nadljudskih sposobnosti.
3. Milan Bandić je zagrebački gradonačelnik ("Zagreb, to sam ja")
4. Milan Bandić upućen je u to kako stvari u politici zapravo funkcioniraju.
5. Milan Bandić uistinu razumije dobri, veseli, prostodušni narod jer je i sam takav.

Prvi temelj odnosi se na to da Milan Bandić sebe predstavlja kao "nesavršeno najboljeg" tako da često koristi pozitivne superlativne evaluacije o samome sebi, poput "da izvozim afirmativno bio bi najbogatiji čovjek u Hrvatskoj". Nadalje, iz njegovog diskursa može se zaključiti da jedino svoju majku i Boga priznaje kao autoritete i bolje od sebe, primjerice kada kaže "nije mene nitko stisk'o, mene nitko ne može stisnuti" osim moje majke i dragog Boga, ni vi, i nema toga 'ko mene može stisnuti' ili kada zahvaljuje "majci (...) što me rodila ovakvog kakvog me rodila: sa socijalno-emotivnom inteligencijom, da sam zaljubljen u ljude, da volim čovjeka, da ljubim ljude i da nikada nikome nisam pomislio, a kamoli napravio, zlo. Hvala joj. Hvala dragom Bogu koji me stvorio takvog nesavršenog, a najboljeg." Također, često se uspoređuje s drugim velikanima, ali samo onima koji više nisu aktualni ili koji pripadaju posve različitim područjima zanimanja pa tako kaže "meni je Tesla uzor", "jel' vi znate kad Messi igra nogomet, lijeva-desna, unutarnji rist, vanjski rist, kako god 'očete, dobijete izbore" i "napisat ću ja te memoare, bit će čitaniji od Churchillovih", a citira i političkog analitičara koji kaže da Bandić ima nešto Tuđmanovog i odgovara: "Imam ja i Tuđmanovog, imam i Radićevog, imam i Starčevićevog, imam i Račanovog. Ja imam od svih ponešto, al od svih najbolje."

Drugi temelj odnosi se na rad, koji se nalazi i u nazivu stranke Milana Bandića, što je u skladu sa socijaldemokratskom politikom koju zagovara, ali slika neumornog radnika nadljudskih sposobnosti posebnost je Milana Bandića kojem je godinama moto "idemo delati" i koji je spreman "polizati asfalt i pojesti sav snijeg". Tako na pitanje novinara "što ste danas radili?" odgovara "joj kad bih vam isprič'o od jučer ujutro to graniči s nemogućim (...) nisam spav'o, nisam oka stis'o", a na pitanje o tome koliko je vremena prošlo do vraćanja na posao nakon operacije odgovara da je to bilo jako brzo i priča o tome kako je nakon operacije počeo igrati košarku i "pobijedio svog terapeuta". Njegov moto je "365 dana, 16 sati" i "podrazumijeva se da je kad se kaže rad, solidarnost i 365 da je to Milan Bandić, to se podrazumijeva, to je kao pit vode", ali takav tempo, naglašava, malo tko može podnijeti: "Pozivam ujutru u 7 sati u Ježdovec (...) idemo na kavu, a mislim da će vas doč' jako malo jer je to rano, vi se kasnije budite. Tajna našeg uspjeha je dok oni tamo krmelje, ja se vraćam. Dok oni misle, ja napravim, dok vi [nerazumljivo], ja obišao 6 gradilišta. Ali ne možete vi to, i ja to razumijem." Svoj nedostižni radni ritam koristi i kako bi uvrijedio komentatora čije mu se izjave nisu svidjele na osnovi fizičkog izgleda: "Ja pozivam

da provede sa mnom tjedan dana. Smršavit će 15 kila. Lakše će komentirat'. Da provede samo sa mnom 15 dana. Da vidi kako se kuje." Takav ritam ima i cijenu koje je Milan Bandić svjestan i predstavlja je kao nešto što netko mora mesijanski istrpjeti, a s obzirom da on to jedini može, on to i mora. Novinaru se obraća pitanjem "Jel' vi znate gospodine Stankoviću da ja 16 godina nisam bio na godišnjem odmoru", a na njegovo pitanje o tome kako obitelj podnosi njegove radne navike odgovara: "Ja sam se mor'o odreć' privatnog. Ide nauštrb privatnog uvijek ako želite nešto napraviti' (...) ako želite radit' svojih 8 sati, onda je to druga priča. To je svojevrsni križ kojeg čovjek nosi, ja sam spreman na to i obitelj je spremna na to."

Treći temelj odnosi se na sliku Bandića kao nekoga tko, za razliku od ostalih političara, uistinu poznaje svoj grad ("ja sam se mandata nauživao, sutra počinje bitka za sedmi mandat, ujutru u 7 sati u Ježdovcu na pet kilometara asfaltirane ceste (...) kad moji protukandidati budu znali svaku ulicu i svaki problem ovoga grada oni će moć ravnopravno konkurirati gradonačelniku Bandiću. Al to treba živjet', to treba hodat', to se ne može čitat' iz knjiga. Sve drugo je gluma, sve drugo je snubljenje, sve drugo je obećanje i sisanje iluzija") i građane ("da ne znam bilo i puls sugrađana zadnja dva tjedna ja bi mislio da ne živim u Zagrebu (...)). Činjenica da je gradonačelnik Zagreba za Milana Bandića više je od činjenice, to je dio njegovog karaktera i moglo bi se usporediti i s Lujevom maksimumom "država to sam ja", s obzirom da na pitanje o tome provodi li "faraonsku vlast" u Zagrebu, Bandić odgovara "to je stvar ukusa" i "neka odluče građani" i sebe vidi kao zaštitnika grada: "Ja odgovaram za Zagreb.

U diskursu Milana Bandića vrlo je često spominjanje naroda i pozivanje na volju naroda, što je jedna od osnovnih karakteristika populizma u ideološkom i diskurzivnom smislu, ali nedostaje snažna binarna podjela u kojoj bi taj narod bio suprotstavljen opasnom Drugom

Ja kad bih bio gradonačelnik Hrvatske onda bi na to pitanje mogao decidiranije odgovorit', al' dok sam u Zagrebu ja odgovaram za administrativnu granicu Zagreba. Ja taj koridor štitim."

Četvrti temelj Bandićevog retoričkog *etosa* je stvaranje slike o sebi kao političkog "kužera" koji uspješno pliva u političkim vodama iako je skeptičan prema strankama, i starim ("Slavko Linić je shvatio. Pa je otišao na vrijeme. Malo kasno. Kasno, ja sam otiš'o 2009.") i novim ("Ja sam bio primoran osnivati stranku, ja sam čovjek širine, ja bi' najviše volio da nemam stranke") i odnosima s drugim strankama ("danas je jedna koalicija, sutra je druga, ali svoj svjetonazor neću mijenjat'"). Navodi svoje iskustvo i uspjehe ("Neka drugi naprave ne samo retorički

nego na djelu za hrvatski antifašizam ono što ja radim i činim zadnjih 17,5 godina"), iznosi tvrdnje o prirodi politike ("Pitanje tajminga u politici je ključno pitanje. Ja imam 61 godinu i nešto znam o politici, nešto sam u životu napravio. Najdemokratskije bi bilo da se dogodio referendum"), ali i prijedloge i savjete za budućnost Hrvatske ("upamtite, danas je 24. rujan, što je Milan Bandić rekao u *Nedjeljom u 2* pa citirajte (...) Vlast koja to napravi će bit zapisana zlatnim slovima u povijesti ove Hrvatske"). Sebe smatra nenadmašnim autoritetom za pitanja politike i na svjetskoj razini, pa tako navodi da bi od njega o multikulturalnosti mogli učiti i lideri većih sredina, a najbistriji mladi politički umovi i o svakodnevnoj politici: "ja bi' mogao na Sorbonnei, ne na politologiji koju sam završio, predavati operativnu politiku."

Osim sebi svojstvenim izričajem koji kombinira starozagrebačke izraze i hercegovački govor, Milan Bandić narodu se približava humorom, skromnošću, anegdotama, usporedbama, isticanjem vrijednosti, citiranjem narodnih mudrosti i pozivanjem na narodnu volju i potrebe naroda. Razlikuje se od ostalih političara koji se narodu približavaju samo iz vlastite koristi: "Ja za razliku od drugih ne idem u predizborno vrijeme na misu." Navodi kako sam odlučuje s kime će se sučeljavati i kako umjesto svojih protukandidata bira probleme građana i prepričava kako se u vrijeme sučeljavanja susreo s dvije obitelji roditelja odgajatelja: "Otišao sam s Golfom bez stranačkog auta jer meni to ne treba (...) Između protukandidata i građana ja uvijek biram građane i sučeljavanje s njihovim problemima."

U diskursu Milana Bandića vrlo je često spominjanje naroda i pozivanje na volju naroda, što je jedna od osnovnih karakteristika populizma u ideološkom i diskurzivnom smislu, ali nedostaje snažna binarna podjela u kojoj bi taj narod bio suprotstavljen opasnom Drugom. Opasno Drugo, populist, ovisno o tipu populizma, mogu odrediti kao imigrante, nacionalne, vjerske, seksualne i druge manjine ili kao financijske, političke i druge elite. Milan Bandić zapravo nema neprijatelja – on, istina, često ironično zahvaljuje medijima koji nisu na njegovoj strani, ali ne kritizira ih dovoljno snažno ni često da bi to odgovaralo populističkom manihejskom shvaćanju dobrog naroda i zavjerničke zle elite (Hawkins, 2009: 1042) i obično ih proziva samo za to što pišu o njemu, a ne za opće obmanjivanje poštenog i dobrog naroda. Dapače, ne samo da ne dijeli društvo, nego i poziva na zajedništvo s drugačijima i smatra se prvakom multikulturalnosti, a na suradnju poziva i političke protivnike i sam se smatra (vrhunskim) profesionalnim političarem, bez zazora prema politici kao profesiji. Kako onda objasniti percepciju Milana Bandića kao najvećeg hrvatskog populista? Djelomično je to sigurno zbog izjava poput one u *Nedjeljom u 2* kada na pitanje Aleksandra Stankovića "Hoćete li i ubuduće tako olako davati obećanja?" odgovara "Pa onoliko koliko treba da dobijem mandat", ali time Bandić sebe ne otkriva kao populista, nego kao demagoga, koji s populistima često dijele brojne odlike, ali to nisu istoznačnice. Većim dijelom to je zbog njegove identifikacije s narodom i pozivanja na narodnu volju, zbog čega bi ga Jagers i Walgrave (2007) nazvali "slabim" populistom, i izgradnje retoričkog *etos*a čovjeka iz naroda zbog kojeg se puk identificira s njim: on zvuči i ponaša se kao marljivi i ponekad nestašni član zajednice kojem se oprastaju povremeni gafovi i nestašluci jer je i on samo "čovjek od krvi i mesa", čovjek koji ima najbolje

namjere i koji živi i radi s građanima i za građane: jedan od nas, ali najbolji od nas. Milan Bandić populist je, dakle, prema stilu političke komunikacije.

Populizam Živog zida

Prema *CRO Demoskopu* (N1 Hrvatska, 2018b) u srpnju 2018. Živi zid bio je treća najpopularnija stranka u državi, s tek 5,3 posto iza drugoplasiranog SDP-a. Stabilan rast popularnosti Živog zida zanimljiv je, a zbog odnosa s medijima i uistinu jedinstven, stranački fenomen u hrvatskoj politici. Oni su od

Uvjeravanje *patosom* u Sinčićevom diskursu očituje se u prikazivanju naroda kao žrtve korumpiranog sustava koji tlači svakog malog čovjeka s ciljem mobilizacije i *ad iram* razlučivanja naroda isticanjem laži i nepravde koju trpe

svog nastanka potpuni autsajderi, zanimaju ih prije svega internetske platforme. Isto tako, valja priznati da se u dijelu medija Živi zid ne prati objektivno, da ima pretjerivanja, da ih se neprestano predstavlja kao – neozbiljne, dok se mnogo toga iz etabliranih stranaka tretira kao vrlo ozbiljno. Živom zidu to na neki način i odgovora. Oni se svojim pristašama obraćaju prije svega putem društvenih mreža i ta svojevrstna stigmatizacija u klasičnim medijima njima je dobrodošla, da bi pokazali – kako ih se centri moći boje, primjećuje Marko Mustapić s Instituta "Ivo Pilar" koji je u radu o Živom zidu (Mustapić i Hrstić, 2016) analizirao novinske priloge o Ivanu Viliboru Sinčiću za vrijeme njegove predsjedničke kampanje i uočio da je trećina priloga o Sinčiću u *Večernjem listu* bila vrijednosno negativno intonirana, a u *Jutarnjem listu* čak pola. Ekstrinzični *etos* Ivana Sinčića, ali i Živog zida kao stranke, najvećim je dijelom izgrađen aktivistički, borbom protiv deložacija. Počeli su kao zadnja linija obrane za građane i predstavljaju se kao spasitelji, jedini koji se bore protiv elita i za narod: "ne volim kada smo u pravu jer to znači da se nije dobro radilo, to znači da je bilo kriminala, to znači da će biti posla za institucije i to znači da pada cjelokupno povjerenje hrvatskih građana u politiku, političare, sve ono povezano za politikom kao što je javna uprava, kao što su institucije koje se imenuju iz ovoga Doma i sve ostalo". Neke od osnovnih Sinčićevih strategija izgradnje *etosa* prisutne su u dijelu u kojem objašnjava uzlazni trend Živog zida na anketama, ističući da se razlikuju se od ostalih političara (koji su dio elita), da su dosljedni u svojim stavovima i mudri jer su i ranije upozoravali na probleme te da su aktivni u Saboru, što u Hrvatskoj jako osnažuje *etos* političara jer slika prazne sabornice ima posebno mjesto u hrvatskom političkom imaginariju:

To je rezultat našeg rada i naše vjerodostojnosti, poznato

je da sam ja kao predsjednik, i stranka Živi zid je u više navrata odbila surađivati s ovim tradicionalnim političkim elitama prije svega zato što su one dovele Hrvatsku u stanje u kakvom jest, a naravno i zato što s njima ne možete ništa riješiti, to je dvaput pokazao Most, premda sam ja upozoravao gospodina Petrova i njih još od Stona pa nadalje da se to neće moći ništa napraviti, i eto tu je gdje je, što se tiče našeg trenda i rasta, da, on je znači dobro poduprt našim radom i zakonskim prijedlozima, evo mi smo dali na današnji dan deset zakonskih prijedloga, osim samih zakona tu je izmjena poslovnika istražnog povjerenstva za imunološki, sad ćemo sljedeći tjedan završiti zakon o zaštiti zviždača, to je jedan od gorućih problema u Hrvatskoj.

Uvjeravanje *patosom* u Sinčićevom diskursu očituje se u prikazivanju naroda kao žrtve korumpiranog sustava koji tlači svakog malog čovjeka s ciljem mobilizacije i *ad iram* razlučivanja naroda isticanjem laži i nepravde koju trpe ("Očito je ne'ko skrivao sve od javnosti, očito ljudi nisu smjeli vidjeti, ne samo slučajni prolaznici nego cijela javnost") i nepovoljnim usporedbama s drugim državama, primjerice kada tvrdnju "stanje u državi nije dobro" argumentira riječima "statistika nam nešto malo ide u prilog ako je tako prezentirate, međutim ako se uspoređujete s drugim zemljama u Europi, mi smo na samome dnu, ne znam, po brzini interneta, izdvajanju za obrazovanje, znanosti i istraživanje, po zaposlenosti, čak po BDP-u recimo, Rumunjska nas je pretekla". Osim ljutnjom, Sinčić uvjerava i *ad metum* katastrofičnim predviđanjima poput "Zagreb će biti europska prijestolnica smeća" i "ako tako ostane mi ćemo se samo zakopavati dok će svi drugi otići naprijed".

U argumentaciji *logosom* Sinčić često koristi podatke i statistike, a najuvjerljiviji je kada nizom relevantnih primjera jasno publici dočarava problem i ukazuje na važnost rješavanja problema. U dva različita pojavljivanja u emisiji *Nedjeljom u 2* tvrdi da je rješavanje problema pravosuđa prioritet:

1. (2016)

Sinčić: Nema političke volje da se dira u pravosuđe zato što upravo taj recimo DORH neće procesuirati prijave protiv tolikih sadašnjih političara. Na kraju krajeva, Sanader je bio u takvoj situaciji. Najbolji primjer vam je recimo Glavaš. Ne idemo na to je li on kriv ili nije, ali njega su počeli procesuirati tek kad se razišao sa Sanaderom. Da je bilo nekih temelja, što su čekali 10-15 godina. Tako vam to funkcionira i danas i to je glavni hrvatski problem. Našalio sam se nekidan u Saboru, imate film Sedam godina u Tibetu ili knjigu 7000 dana u Sibiru. Treba napisati 10000 dana na hrvatskom sudu knjigu. Jer ako vi čekate pravdu deset godina to uopće nije pravda. Najgori primjer, apsurd u Saboru, tajnica jednoga odbora nakon 14 godina, dakle saborskog odbora, nakon 14 godina dobila presudu, a već joj djeca odrasla, odselila, ne znam, uopće nema presuda smisla više. To treba rješavati odmah, sad.

2. (2017)

"Sinčić: Novac koji dajete u pravosuđe je preventivni

novac. Znači, vi dajete sada milijun kako biste si uštedili pet milijuna štete. Da smo, ja ponavljam opet, na vrijeme riješili situaciju s INA-om, da je hrvatsko pravosuđe riješilo, ne bi bilo ovih arbitraža. Ne bi bilo toga niti da je INA u mađarskim rukama, kako je, međutim, pošto to nije napravljeno, to će sada metastazirati u kao neki rak i pravosuđe je nešto što prvo treba rješavati. Imate probleme u pravosudnoj policiji, kod stečajeva, kod sudaca, kod državnih odvjetnika, imate kod pravosudne inspekcije i tako dalje i tako dalje. To je jedan cjelokupni sustav koji jednostavno ne funkcionira. Evo, baš kad sam dolazio Vama na emisiju – imali ste kafić tu dolje na ovom ulazu, kažu mi da je sad već godinama zatvoren zato što je spor sa bivšim vlasnikom...

Stanković: 4-5 godina sigurno

Sinčić: Evo, i koliko dugo će to još biti zatvoreno...

Stanković: Da.

Sinčić: Razumijete? A pati televizija, pati, pati tako cijeli hrvatski narod pati u tisućama slučajeva. (...) To je problem koji je trebalo riješiti prvo na vrijeme, a drugo u pravoj mjeri. Ako vi duže od pet godina vodite neki spor to je već kršenje ljudskih prava.

U oba primjera Sinčić stvara vrijednosno vrlo nepovoljnu retoričku situaciju na sličan način – primjerima i kauzalnim vezama. Ono što drugu argumentaciju čini boljom je konkretni prijedlog (preventivni novac) koji će dovesti do boljitka (uštede pet milijuna štete) i analiza uzroka koji su doveli do sadašnjeg stanja (metaforički prikazana kao metastaza raka), a onda to i oprimiruje slučajem kakvih gledateljji i sami znaju na desetke, a koji je uz to retorički dobro predstavljen kao spontano dosjeća-

Kao i svi populist, Sinčić se poziva na narod, ali u njegovom diskursu puno je izraženiji antagonizam prema elitama nego pozitivno vrednovanje naroda i identifikacija s narodom.

nje ("evo, baš kad sam dolazio Vama na emisiju (...)"). S obzirom na uzlazni trend na anketama, vrijedi primijetiti da je, za razliku od svih ostalih analiziranih govornika, retorički profil Ivana Vilibora Sinčića to bolji što je datum analiziranog nastupa recentniji: primjetna je veća opuštenost, sigurnost i bolja pripremljenost u nastupima u odnosu na predsjedničke izbore na kojima je prvi put na sebe skrenuo pozornost šire javnosti, a iskustvo saborskog zastupnika dalo mu je na kredibilitetu i stručnosti koju pokazuje trezvenim ocjenama i opisima rada u Saboru i saborskim odborima. Međutim, još uvijek prečesto poseže za "refrenima" Živog zida kao potkrjepama preopćenitim i apstraktnim političkim tvrdnjama poput one o tiskanju novca ili "ljudima treba dati nadu" kada ga novinar pita za konkretne mjere kojima bi spriječio sve veće iseljavanje mladih iz države:

Među argumentacijskim pogreškama u diskursu Ivana

Vilibora Sinčića dominantni su razni tipovi *ad hominem argumenata*, od općih ("možda gospodin Bandić nije legalist, ipak mu Remetinec nije tako daleko, ali zašto onda ne poštuje glas građana"), *ad personam* ("Karamarko je dinosaur", "onaj da ne kažem sotona u Londonu Ivica Todorić") i situacijskih ("recimo ona protiv gospodina Mladinea je kasnila zapravo točno jedan dan izvan roka da se podigne, a gospodin, molim vas, a znamo da je gospodin Pripuz zajedno sa gospodinom Bandićem bliski prijatelj") do krivnje po asocijaciji ("daj Bože da se reformira obrazovanje u Hrvatskoj, međutim bilo čemu što dolazi iz HNS-a, stranci koja je poznata po klijentelizmu ja ne vjerujem"), što je i u skladu s njegovom retorikom koja je naglašeno "anti". U skladu s takvom retorikom su i česte generalizacije koje su većim dijelom svedive na "svi su oni korumpirani", ali koje su i jako uvjerljive kada su potkrijepljene nabranjem presuda hrvatskim političarima, iako su i dalje logički slabe (dovoljno

Nedostatak ekspresivnosti, smiren i pomalo monoton nastup djeluje kao dobra protuteža eksplozivnosti i logoreje Ivana Pernara zato što stranka svojim biračima za poistovjećivanje nudi dva populistička lidera bitno različitih stilova – Sinčić svojim urednim i skromnim imidžom mladoga obiteljskog čovjeka s respektabilnim hobijima poput zemljoradnje može privući i velikim strankama oteti mainstream glasače, a "zločesti dečko" Pernar svojim eskapadama, okršajima s predstavnicima medija i drugih "sustava kontrole", kontroverznim izjavama i zagovaranjem teorija zavjera privlači i mobilizira glasače inače nezainteresirane za politiku

je navesti nekoliko poštenih primjera da bi se generalizacija pokazala kao takva i izgubila na uvjerljivosti). Uz takve generalizacije povezani su i brojni kauzalni argumenti kojima istovremeno napada Vladu i potkrjepljuje svoje tvrdnje, primjerice da treba povećati izdavanja za pravosuđe ("Da smo dali prije

pet godina USKOK-u danas ne bi možda imali INA-MOL, da je Ježić vratio novac, da smo preventivno tada riješili, sada ne bismo imali multipliciran problem") ili izglasati dopunu *Zakona o sprječavanju sukoba interesa* ("Da je ovakav zakon postojao na vrijeme davno bi Ramljak, pa poslije i Peruško, došao na dnevni red Povjerenstva za sprječavanje sukoba interesa").

Kao i svi populist, Sinčić se poziva na narod, ali u njegovom diskursu puno je izraženiji antagonizam prema elitama nego pozitivno vrednovanje naroda i identifikacija s narodom. Iako često izriječkom spominju i elite i narod, imaju i svoju specifičnu podjelu na vjerovnike i dužnike: "moji birači su 99 posto stanovnika Hrvatske. To su svi ovi koji spadaju u ovu grupu dužnika, dakle mi smo stranka protiv vjerovnika, bankarskih oligarhija." Ivan Vilibor Sinčić nema jedinstvenu karizmu Milana Bandića ili energiju svog stranačkog kolege Ivana Pernara, ali ima reputaciju borca za građane i aktivnog zastupnika u Saboru. Nedostatak ekspresivnosti, smiren i pomalo monoton nastup djeluje kao dobra protuteža eksplozivnosti i logoreje Ivana Pernara zato što stranka svojim biračima za poistovjećivanje nudi dva populistička lidera bitno različitih stilova – Sinčić svojim urednim i skromnim imidžom mladoga obiteljskog čovjeka s respektabilnim hobijima poput zemljoradnje može privući i velikim strankama oteti *mainstream* glasače, a "zločesti dečko" Pernar svojim eskapadama, okršajima s predstavnicima medija i drugih "sustava kontrole", kontroverznim izjavama i zagovaranjem teorija zavjera privlači i mobilizira glasače inače nezainteresirane za politiku. Ivan Vilibor Sinčić i stranka Živi zid ideološki su, inkluzivni populist, ali teško ih se može nazvati lijevom strankom iako su prema Muddeu i Rovira Kaltwasseru najbliži lijevom populizmu. Branimir Bunjac tvrdi da je "Živi zid sinergijska stranka koja nastoji ujediniti Hrvate i građane Hrvatske na rješavanju važnih pitanja", a medije i političke elite proziva za prišivanje "lijevih, desnih i antisistemskih epiteta Živom zidu, a da ih ništa nisu pitali" što je potpuno promašena tvrdnja, s jedne strane zbog toga što su to pitanje mediji vrlo često postavljali, a s druge jer zanemaruje činjenicu da nije potrebno ideološki se deklarirati da bi se ideološki djelovalo. Sinčić također govori "mi smo stranka koja ne pati na te ideološke sukobe, mi se ne volimo dijeliti po njima, svatko prema svojoj savjesti, kako je odgojen i kako smatra da treba biti". Žarko Puhovski (N1 Hrvatska, 2018a) rekao je da su oni "malo suverenisti, malo radikalni desničari, malo smušenjaci, malo radikalni ljevičari", što je točno, ali treba naglasiti da su prije svega – populist.

Zaključak

Cambridgeov rječnik je 2017. odabrao populizam kao riječ godine, definirajući je kao "političke ideje i aktivnosti čija je namjera dobivanje podrške od običnog naroda dajući mu što želi" (Cambridge Dictionary, 2017). Autori su naveli da pri odabiru riječi nije presudno samo to koja je najtraženija, nego i nagli skokovi koji ukazuju na to da je povodom nekog događaja riječ određenog datuma pregledana znatno više puta nego u prosjeku. Budući da je populizam teško jasno odrediti, da ne postoji konsenzus oko definicije i perspektive iz koje bi ga trebalo proučavati, a svejedno se svakodnevno pojavljuje na naslovnica novina i portala, ovaj je rad predstavio ključne radove i spoznaje

o populizmu te ih u kombinaciji s uvidima retorike i argumentacijske teorije primijenio u analizi suvremenoga političkog diskursa. Govornikov karakter za Aristotela najdjelotvornije je sredstvo uvjeravanja (*Rhet.* 1356a), ali u populističkoj retorici strategije njegove izgradnje nisu suptilne i dostojanstvene kao kod Aristotela. Populisti ga grade i intrinzično, zadobivajući simpatije svojom osobnošću, ali su skloniji nabravanju vlastitih uspjeha i isticanju svojih karakternih vrlina, ljepote, bogatstva. Izgradnja *etos*a izrazito je prisutna i eksplicitna jer se populisti prikazuju kao jedini koji uistinu mogu predstavljati narod i kao njegovi spasitelji. Osim izgradnje vlastitog, česti su i napadi na *etos* protivnika, argumentima *ad hominem* i *ad personam*.

Rad je pokazao da je populizam danas prisutan u svojim raznim inkarnacijama, štoviše, primjetan je rast, pa bi zato trebalo učenike i studente, buduće i sadašnje birače, podučavati o populizmu kako bi ga prepoznali i razumjeli. Kako ističe Müller (2016: 109), populiste treba kritizirati, ali "to ne znači da se ne bismo trebali s njima upuštati u političku raspravu. Dijalog s populistima nije isto što i preuzimanje njihove retorike. Probleme koje populisti navode može se shvatiti ozbiljno, a da se ne prihvati način na koji populisti te probleme uokviruju."

Bilješke

- 1 Weylandov znanstveni rad većim se dijelom bavi politikom zemalja Latinske Amerike.
- 2 Važno je ovdje napomenuti i da je dvadesetsedmogodišnji Sinčić osjetno mlađi od svih ostalih analiziranih političara – najmlađi Petrov (38) 11 godina stariji je od Sinčića, a prate ga bitno stariji Kerum (57), Bandić (62), Trump (72) i Sanders (76)

Literatura

- Albertazzi, Daniele i McDonnell, Duncan (2008). Introduction: The Sceptre and the Spectre. U: Albertazzi, Daniele i McDonnell, Duncan (ur.) *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy* (str. 1-11) New York: Palgrave.
- Aristotel (1989) *Retorika*. Zagreb: Naprijed.
- Aristotel (1992) *Politika*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada.
- Cambridge Dictionary (2017) Populism. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/populism> Pristupljeno 1. prosinca 2018.
- Canovan, Margaret (1981) *Populism*. New York: Jovanovich Publishing.
- Chilton, Paul A. i Schäffner, Christina (2002) *Politics as Text and Talk: Analytic Approaches to Political Discourse*. Philadelphia: John Benjamins Publishing.
- Danler, Paul (2013) The Linguistic-Discursive Creation of the Speaker's Ethos for the Sake of Persuasion: A Key Aspect of Rhetoric and Argumentation. U: Kišiček, Gabrijela i Žagar,

- Igor (ur.) *What do we know about World? Rhetorical and Argumentative Perspectives* (str. 37-47). Windsor, ON: Open Monograph Press.
- Grbeša, Marijana i Šalaj, Berto (2017) Što je populizam i kako ga istraživati? *Društvena Istraživanja* 26 (3): 321-340.
- Hawkins, Kirk A. (2009). Is Chávez Populist? *Comparative Political Studies* 42 (8): 1040-1067.
- Jagers, Jan i Walgrave, Stefaan (2007) Populism as political communication style: An empirical study of political parties discourse in Belgium. *European Journal of Political Research* 46 (3): 319-345.
- Kišiček, Gabrijela (2018) *Retorika i politika*. Zagreb: Jesenski i Turk.
- Milardović, Anđelko (2004) *Populizam i globalizacija*. Zagreb: Centar za politološka istraživanja.
- Moffitt, Benjamin i Tormey, Simon (2013) Rethinking Populism: Politics, Mediatization and Political Style. *Political Studies* 62 (2): 381-397.
- Mudde, Cas i Rovira Kaltwasser, Cristóbal (2013) Exclusionary vs. Inclusionary Populism: Comparing Contemporary Europe and Latin America. *Government and Opposition* 48 (2): 147-174.
- Müller, Jan-Werner (2017) *Što je populizam?* Zagreb: TIM press.
- Mustapić, Marko i Hrštic, Ivan (2016) Populizam u Hrvatskoj između ideologije i političkog stila – temeljne odrednice predizborne retorike predsjedničkog kandidata Ivana Vilibora Sinčića. U: Šarac, Ivica (ur.) *Jezik, ideologija i sjećanje u suvremenom kontekstu* (str. 63-82). Mostar: Filozofski fakultet Sveučilišta u Mostaru.
- N1 Hrvatska (2018a) Žarko Puhovski: "SDP će uvijek imati oko 20 posto mjesta u parlamentu". *N1 Televizija* 4. lipnja. <http://hr.n1info.com/a307252/Vijesti/Zarko-Puhovski-o-SDP-u-i-Zivom-zidu.html> Pristupljeno 10. srpnja 2018.
- N1 Hrvatska (2018b) CRO Demoskop: HDZ i Živi zid rastu, SDP i Most padaju. *N1 televizija* 7. srpnja. <http://hr.n1info.com/a315127/Vijesti/CRO-Demoskop-HDZ-i-Zivi-zid-rastu-SDP-i-Most-padaju.html> Pristupljeno 9. srpnja 2018.
- Škarić, Ivo (2003) *Temeljci suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga.
- Weyland, Kurt G. (2001) Clarifying a Contested Concept: Populism in the Study of Latin American Politics. *Comparative Politics* 34 (1): 1-22.
- Zakošek, Nenad (2010) Zauzdani populizam: fenomen Milana Bandića. *Političke analize* 1 (1): 6-10.
- Zarefsky, David (2014) *Rhetorical Perspectives on Argumentation: Selected Essays by David Zarefsky*. Heidelberg: Springer International Publishing.
- Žmavc, Janja (2012) The Ethos of Classical Rhetoric: From Epieikeia to Auctoritas. U: van Eemeren, Frans H. (ur.) *Topical Themes in Argumentation Theory: Twenty Exploratory Studies* (str. 181-191). Dordrecht: Springer. ■