

KNJIGA

# Laž leti, istina šepa za njom! Dobar, loš ili zao – Populizam u Hrvatskoj



Jasmina Popović / 9. svibnja 2018. / Publikacije / čita se 7 minuta



**Studija o populizmu u Hrvatskoj, autora Marijane Grbeše i Berta Šalaja, profesora sa Fakulteta političkih znanosti, nedavno je predstavljena u Studentskom centru u Zagrebu, a poslije i u nekolicini medija. Na prvom predstavljanju govorila je Jasmina Popović, komentatorica HRT-a, čiji govor o odnosu medija i populizma donosimo ovdje**

Naslovna slika: Marijana Grbeša, Berto Šalaj i knjiga

Isti dan kada sam dobila knjigu 'Dobar , loš ili zao – populizam u Hrvatskoj' u ruke mi je došao i tekst o istraživanju MIT-a, koje je predstavljeno kao najveća studija o *fake-news* (lažnim vijestima, op.). Pokazalo je da lažna priča doseže broj od 1500 ljudi šest puta brže nego istinita.

Zašto? Zato što imaju emotivni naboj, zato što su ispričane kao priče i zato što su češće negativne ili protiv nekoga.

Zaključak istraživanja je da socijalni mediji ne ohrabruju podršku demokratski izabranim vlastima, da su laži previše zavodljive da ne bi bile uspješne i da je malo dokaza da ljudi mijenjaju već usvojene stavove temeljene na lažima i poluinformacijama nakon što čuju istinu. I da, zaključak je i da još uvijek nitko ne zna kako to zaustaviti.

Podaci su to koji se poklapaju s činjenicom da ove godine generacija rođena 2000. dobiva pravo glasa. Moći će glasati oni koji su praktično rođeni s raznovrsnim ekranima u rukama, koji su tehnološki vještiji i informatički pismeniji od svojih roditelja, a u isto vrijeme izloženi nepreglednom broju laži, poluistina i istina i , vrlo često, prepušteni samo sebi i svojoj znatiželji da iz te šume trijebe i biraju ono čemu će vjerovati. I da, ovisno o tome kako percipiraju politiku odlučuju kome će, i hoće li uopće, povjeriti svoj glas.

Ono što je Johnatan Swift zaključio prije 300 godina: laž leti, a istina šepa za njom, vrijedi i danas, samo što laž leti puno brže, a šepava istina ponekad ni ne stiže do onih kojima bi koristila.



Jasmina Popović na predstavljanju knjige s Hašimom Bahtijarijem (lijevo) i Ivanom Šiberom (desno)

I zato su knjige, poput ove koju su napisali Marijana Grbeša i Berto Šalaj, vrijedne čitanja. Ne samo jer daju pregled populizma, već zato što otvaraju i niz novih pitanja na koje će tek trebati naći odgovore. Populizam će nastaviti biti ovdje i svatko će morati izgraditi svoj odnos prema njemu i naučiti ga prepoznavati ne samo u politici, već i u medijima.

Jedan od zaključaka MIT-ovog istraživanja je da treba stvoriti ekosistem za informacije. Ova knjiga pokazuje kako se stvara taj ekosistem: tako da se ponudi pregled, jasno postave teze i daju relevantne činjenice, kojima ćemo se moći voditi kada ocjenjujemo političku ponudu.

Autori se nisu odlučili za davanje konačnog vrijednosnog suda o populizmu, ali su dali dovoljno elemenata čitateljima da se odrede prema njemu, da nauče razlikovati vrste populizma, da osvijeste deficite hrvatske demokracije i da, ako žele, sudjelujući u politici pasivno ili aktivno, korigiraju ono što smatraju lošim.

U skladu s dogovorom izabrala sam poglavlja koja me najviše zanimaju: politički akteri kao kreatori populizma i populizam kao političko- komunikacijski stil.

Gotovo svatko ponekad pomisli: da je meni pet minuta vlasti, ja bih to odmah riješio, i zbog toga je sklon dati glas onome tko kaže: ja sam vaš glas (Trump), mi smo glas malog čovjeka (AfD), ja sam jedna od vas, svi ste vi moji (K.Grabar- Kitarović), smatrajući da će se takvim izborom osvetiti ili suprotstaviti otuđenim ekonomskim i političkim elitama, koje su ih iznervirale ili učinile očajnima, siromašnima, obespravljenima.



Trump – ja sam vaš glas. Grabar Kitarović – ja sam jedna od vas, svi ste vi moji

I zato bi bilo naivno očekivati da će se političari odreći populizma. Previše dobro žive od fraza i floskula, od pozivanja na interese naroda, poniženih i obespravljenih građana, svjesni da postoji dovoljno onih koji će im povjerovati. Može se igrati dakle

samo na drugu kartu: imati građane koji na populizam neće nasjesti, jer će biti sposobni prozreti ga. U tom smislu autori navode da bez obzira na ekonomsku i političku krizu u mnogim državama populizam nije uхватиo korijena, kao što je u drugima, naišavši na pogodne preduvjete, ne samo iznikao, nego od jednog do drugog izbornog ciklusa, jača.

A preduvjete stvaraju, tvrde autori i potkrepljuju to nizom radova drugih autora, i mediji. Medijatizirana politika je ona politika koja je izgubila svoju autonomiju, koja se oblikuje kroz interakciju s masovnim medijima i koja je postala ovisna o masovnim medijima. Dio političkih aktera je to odlično shvatio i prigrlio, te su odlučili iskoristiti vrijeme društvenih mreža, youtubera, influencera i followera da se nametnu, dopru do što šireg kruga ljudi i na tome izgrade prepoznatljivost i popularnost.

Upravo zato smo danas suočeni s političarima koji, zahvaljujući svojim statusima na društvenim mrežama, postaju poželjni za intervju i gostovanja u emisijama, iako ih njihov stvarni izborni i politički rezultat ne bi kvalificirao za istupanje u javnosti. Drugi pak na novim platformama rastu i postaju ozbiljni politički igrači, a da nitko ozbiljno ne preispituje njihovu ponudu i njezinu ostvarivost.

Kada je kritičko zamijenjeno kritizerskim, a informiranje i analiziranje efikasnosti institucija, a samim tim i demokracije u pojedinom društvu, pretvoreno u cinizam i neprijateljstvo, otvorio se prostor za one koji znaju vješto uskočiti u taj vlak. (Sjetimo se vojvođanskog političara Nenada Čanka koji se prijavio u jedan *reality show* rekavši da 'Srbi samo takve stvari gledaju' pa je to najlakši način da prenese svoje političke poruke velikom broju ljudi ili objašnjenja jednog današnjeg ministra, a bivšeg saborskog zastupnika, koji je cijeli mandat u Saboru prozivao DUUDI zbog nestanka silnih milijuna i na tome zaradio popularnost, a kada je, nakon što je postao ministar resora pod kojim je DUUDI, bio upitan hoće li sada konačno pronaći te milijune lakonski uzvratilo: 'Drugačije se pjeva na svadbi, a drugačije na sprovodu.' Jer u Saboru se, očito, može pričati svašta i prozivati i optuživati bez odgovornosti, a kada se dođe do ministarske pozicije onda se 'pjeva' drugačije).

Autori knjige naglašavaju da je odnos medija i populizma još nedovoljno istražen u svijetu, a u Hrvatskoj potpuno neistražen, te u tom smislu treba očekivati nova istraživanja. Poput onog kojeg su Marijana Grbeša i Berto Šalaj dali u poglavlju Populizam u Hrvatskoj.

Objektivizirajući svoj pristup kroz uvrštenje *mainstream* političara u analizu nisu pali u zamku getoiziranja populizma, već su pokušali dati uvid u načine na koji se populizam koristi u hrvatskoj politici, odvajajući time populizam kao ideologiju od populizma kao političko-komunikacijskog stila za kojim se poseže iz pragmatičnih razloga, pa je prisutan i kod populistčkih i kod mainstream političara.

---

*Zanimljiv je zaključak da je Ivo Josipović, prema kriterijima istraživača (pozivanje na narod, antielitizam i 'opasni drugi'), bio veći populist od Kolinde Grabar Kitarović, da za Most nije potvrđena percepcija populističke stranke i da ta stranka još izmiče jasnoj definiciji svoje pozicije, koju autori nazivaju neobičnom, čudnom pa i paradoksalnom*



Kroz 192 intervjuja jedanaestoro političara, šest onih koji su percipirani kao populist (Milan Bandić, Nikica Gabrić, Ivan Grubiši, Željko Kerum, Dragutin Lesar i Ruža Tomašić), i pet mainstream političara (Ivo Josipović, Zoran Milanović, Jadranka Kosor, Vesna Pusić i Tomislav Karamarko), u razdoblju od svibnja 2009. do svibnja 2013. , istraživači su došli do zanimljivih podataka, koji pokazuju da je prisutniji stil nego ideologija. U tom je dijelu zanimljiv zaključak da je Ivo Josipović, prema kriterijima istraživača (pozivanje na narod, antielitizam i 'opasni drugi'), bio veći populist od Kolinde Grabar Kitarović, da za Most nije potvrđena percepcija populističke stranke i da ta stranka još uvijek izmiče jasnoj definiciji svoje pozicije, koju autori nazivaju neobičnom, čudnom pa i paradoksalnom.

U svakom slučaju, nakon ove knjige, svi koje je pročitaju morat će preispitati svoje korištenje termina populizam i populist, i imati na umu da riječ, koju tako rado koristimo i često prišivamo, ima svoje složenije značenje te da, pravilno upotrijebljena mora prije svega biti jasna kvalifikacija, da bi nakon toga, eventualno, ovisno o kontekstu i idejama koje zagovara, mogla biti i politička diskvalifikacija. Jer, populizam sam po sebi nije ni dobar ni loš ni zao. Ali može biti i takav. Ovisi u čijim je rukama i koliko ga građani prepoznaju kao mogući korektiv anomalijama društva u kojem žive, a koliko mu se prepuštaju da ne bi morali sami razmišljati o njima.

Da je populizam nejak i marginalna pojava, ove knjige ne bilo, i zato je treba gledati kao početak i temelj za buduće rasprave i istraživanja o populizmu kao (ne)mogućnosti prevladavanja krize suvremenih liberalnih demokracija, o

promjenama koje dožive populisti koji dođu na vlast, o vezama ili izostanku veza između direktne demokracije i populizma, o populizmu nasuprot protestnih politika i političkih stranaka, o medijima koji mogu biti i instrument populizma, ali i njegov kreator.

Autori su i sebi i čitateljima postavili brojna pitanja, a politička scena u Hrvatskoj otvara prostor za daljnje analize i nadopune. Šteta, zato, što na njezinom kraju ne piše: nastavit će se...