

# Obilježja političke komunikacije Zorana Milanovića za vrijeme predsjedničke izborne kampanje 2019./2020. i predsjedničkog mandata od 2020. do 2022.

---

Lončar, Božidar

Professional thesis / Završni specijalistički

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, The Faculty of Political Science / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet političkih znanosti**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:114:333419>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-23**



Repository / Repozitorij:

[FPSZG repository - master's thesis of students of political science and journalism / postgraduate specialist studies / dissertations](#)



Sveučilište u Zagrebu

Fakultet političkih znanosti

Specijalistički poslijediplomski studij Odnosi s Javnošću

OBILJEŽJA POLITIČKE KOMUNIKACIJE ZORANA  
MILANOVIĆA ZA VRIJEME PREDSJEDNIČKE IZBORNE  
KAMPANJE 2019./2020. I PREDSJEDNIČKOG MANDATA OD  
2020. DO 2022.

**ZAVRŠNI SPECIJALISTIČKI RAD**

Zagreb, 2023.

**OBILJEŽJA POLITIČKE KOMUNIKACIJE ZORANA  
MILANOVIĆA ZA VRIJEME PREDsjedNIČKE IZBORNE  
KAMPANJE 2019./2020. I PREDsjedNIČKOG MANDATA OD  
2020. DO 2022.**

ZA VRŠNI SPECIJALISTIČKI RAD

Mentor: prof.dr.sc. Marijana Grbeša

Student: Božidar Lončar

Zagreb

Kolovoz, 2023.

## **Izjava o autorstvu**

Izjavljujem da sam poslijediplomski specijalistički rad “Obilježja političke komunikacije Zorana Milanovića za vrijeme predsjedničke izborne kampanje 2019./2020. i predsjedničkog mandata od 2020. do 2022.”, koji sam predao na ocjenu mentorici prof.dr.sc. Marijani Grbeš-Zenzerović napisao samostalno i da je u potpunosti riječ o mom autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekao ECTS bodove. Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivao etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16-19. Etičkog kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Božidar Lončar

|   |    |
|---|----|
| 1. UVOD.....  | 1  |
| 2. TEORIJA POPULIZMA .....  | 5  |
| 2.1. IDEACIJSKI PRISTUP POPULIZMA .....   | 8  |
| 2.2. INKLUZIVNI MODEL POPULIZAM .....   | 10 |
| 2.3. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA POLITIČKE KOMUNIKACIJE ZORANA<br>MILANOVIĆA .....                  | 13 |
| 3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA .....  | 15 |
| 4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA .....   | 20 |
| 4.1. POPULIZAM U PREDIZBORNOJ KAMPANJI NA FACEBOOKU .....                                       | 21 |
| 4.2. POPULIZAM U PREDSJEDNIČKOM MANDATU NA FACEBOOOKU ..  | 26 |
| 4.3. POPULIZAM U PREDIZBORNOJ KAMPANJI IZJAVAMA ZA MEDIJE<br>KOJE JE PRENIJELA TELEVIZIJA ..... | 37 |
| 4.4. POPULIZAM U TELEVIZIJSKIM IZJAVAMA ZA VRIJEME<br>PREDSJEDNIČKOG MANDATA .....              | 41 |
| 5. ZAKLJUČAK .....  | 49 |
| 6. LITERATURA .....   | 54 |



# 1. UVOD

Specijalistički rad bavi se analizom političke komunikacije Zorana Milanovića u objavama na društvenoj mreži Facebook i u izjavama za medije koje je prenijela televizija za vrijeme predizborne kampanje i nakon što je postao predsjednikom 2020. godine. Cilj rada je odgovoriti na pitanje je li Zoran Milanović populist i ako jest, koju vrstu i razinu populizma koristi. Prilikom detekcije populizma nastojim detektirati koristi li ga kao političko-komunikacijski stil ili kao ideologiju. Kao teorijsku podlogu koristim inkluzivni pristup populizmu Grbeše i Šalaja (Grbeša, Šalaj, 2018: 50-65). Indikatore koje koristim u radu su operacionalizirali isti autori (Grbeša, Šalaj, 2017: 15-30; Grbeša, Šalaj, 2018: 50-65, 184-235). Pozivanje na narod je indikator populizma kao političko-komunikacijskog stila dok je antielitizam uz pozivanje na narod indikator populizma kao ideologije. Pri tome u radu jasno razlikujem i odvajam antielitizam od antiestablišmentske retorike koja je usmjerena prema vladajućem establišmentu, a ne prema svim političkim elitama. Za detekciju jačine antiestablišmentske retorike koristim indikator pozivanje na reforme koje su operacionalizirali već spomenuti autori (Grbeša, Šalaj, 2017: 21). Antiestablišmentska retorika je pluralistička, a ne populistička jer ne vidi društvo podijeljeno na „zle” elite i „dobar” narod.

U istraživanje uvodim periferne indikatore kojima utvrđujem razinu populizma. Periferni indikatori populizma kao političko-komunikacijskog stila su: referiranje na narod (pozitivno, negativno ili neutralno), različita referiranja na narod, korištenje praznih označitelja, pozivanje na izravnu demokraciju i metode privatizacije politike poput korištenja žargona ili obitelji. Predstavljanje sebe kao političkog amatera je periferni indikator populizma kao ideologije. Pozivanje na „opasne druge” je nedefinirajući indikator kojeg koristim s ciljem utvrđivanja koristi li Zoran Milanović desni, lijevi ili centristički populizam. Desni populizam kao „opasne druge” vidi u etničkim i vjerskim manjinama, lijevi u stranim poduzećima i poduzetnicima, a centristički ih ne koristi.

Kao indikator nacionalizma u istraživanju koristim upotrebu termina nacija-država prilikom referiranja na narod (Hrvatska, država, zemlja, nacionalno, državno). Populistički nacionalizam detektiram ako je pozivanje na narod dominantnije u odnosu

na antielitizam. Nacionalistički populizam utvrđujem kada antielitizam ima dominantniju ulogu u odnosu na pozivanje na narod.

U radu odgovaram na pitanje koristi li Zoran Milanović „ljuti populizam” kao vrstu populizma kao političko-komunikacijskog stila. Koristim konceptualizaciju pojma „ljuti populizam” autorice Karin Wahl-Jorgensen (2018) kao ekspresiju ljutnje s ciljem identifikacije s narodom (Wahl-Jorgensen, 2018: 767). Prema Grbeši i Šalaju (2018) konceptualizacija je „proces određivanja, to jest označavanja osoba, pojava, događaja, procesa koji pripadaju određenom skupu i to tako da se opisuju kriteriji koji moraju biti ispunjeni da bi se to članstvo moglo utvrditi (Grbeša, Šalaj, 2018: 50). Indikatore „ljutog populizma” koje koristim u radu su po prvi operacionalizirani u ovom istraživanju u zajedničkom dogovoru s mentoricom i profesoricom Marijanom Grbešom: prozivanje, vrijeđanje, podcjenjivanje i korištenje nadimaka. Uz njih, koristim indikatore askripcije ljutnje i aksripcije straha korištenih u istraživanju Wunderlicha, Nguyena i von Schevea (Wunderlich, Nguyen, von Scheve, 2023).

U teorijskom dijelu definiram populizam kao pojam i prikazujem povijesni razvoj istraživanja populizma, teorije populizma kao i populističkih aktera u prošlosti. Iznosim zaključke prijašnjih istraživanja u kojima je populizam definiran kao pozitivan i negativan fenomen u demokraciji. Potom iznosim teoriju ideacijskog pristupa populizmu kao metaideologije. Ideacijski pristup prema Grbeši i Šalaju (2017) opisuje populizam kao manihejski odnos ili manihejska borba „dobrog” naroda i „loših elita” (Grbeša, Šalaj, 2017: 10). U radu uvodim i opisujem inkluzivni model populizma koji su isti autori definirali u istraživanju 2018. (ibid, 2018) prema kojem je referiranje na narod definirajući indikator populizma koji se detektira i kod populizma kao političko-komunikacijskog stila i kao ideologije (Grbeša, Šalaj, 2018: 52-53). Teorijski dio završavam sa zaključcima dosadašnjih istraživanja političke komunikacije Zorana Milanovića od 2007. do 2016. kada je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske.

U poglavlju „Metodologija istraživanja” definiram i opisujem kvalitativnu analizu i koja je metoda istraživanja korištena u radu. Potom prikazujem istraživački materijal, a to su statusi objavljeni na društvenoj mreži Facebook na javnom profilu Zorana Milanovića i izjave za medije koje su prenijele televizije Nova TV, RTL, Hrvatska televizija (HTV) i N1. Istraživački materijal dijelim u dva vremenska



razdoblja: predizborna kampanja od 17. lipnja 2019. do 18. veljače 2020. i predsjednički mandat od 18. veljače 2020. do 01. veljače 2023. Istraživanje dijelim u četiri dijela. Do istraživačkog materijala dolazim pilot analizom istraživačkog korpusa opisanog u „Metodologiji istraživanja”. U radu prikazujem one objave i izjave koje smatram da su zanimljive i jedinstvene, ali i one koji potvrđuju obrazac političke komunikacije Zorana Milanovića ili pak otkrivaju nešto novo.

O populizmu u Hrvatskoj nema mnogo napisanih radova. Važnost ovog rada leži u pokušaju operacionalizacije ljutog populizma upotrebom indikatora koji do sada nikad nisu bili korišteni. Kako u svijetu, tako u Hrvatskoj. Ovaj će rad možda postaviti temelj za istraživanja ljutog populizma u budućnosti i obogatit će već postojeći opus istraživanja fenomena populizma te pomoći u utvrđivanju indikatora za detekciju populizma uopće što mu daje znanstvenu važnost.

Zoran Milanović je jedna od centralnih osoba hrvatskog političkog života od 2007. do danas. Kao premijer, predsjednik SDP-a i aktualni predsjednik države utječe na svakodnevni život građana i društva što ovaj rad čini politički i društveno važnim. Stručna važnost rada je u tome što daje jasniju sliku o načinu političkog komuniciranja Zorana Milanovića, o razlozima za takvo komuniciranje i koji se pogled na svijet krije iza takvog načina komuniciranja. To će pomoći političkim analitičarima, novinarima i javnosti u razumijevanju načina komuniciranja Zorana Milanovića, razjašnjavanju pojma koji kod građana i medija nema usuglašenu definiciju te se na njega gleda kao nešto pozitivno i kao nešto negativno. Odgovaranjem na pitanje „Je li Zoran Milanović populist” od kada se vratio u politiku smatram kako dajem odgovor na jedno važno društveno i političko pitanje u Republici Hrvatskoj.

Agresivna i provokativna komunikacija Zorana Milanović je povod pisanja rada. Osim što izaziva veliki interes medija u Hrvatskoj, izjave i objave Zorana Milanovića često prenose i mediji u svijetu što ima implikacije na međunarodne odnose i imidž, a time i na politički i društveni život Hrvatske. To je ono što ovu temu čini zanimljivom i važnom.

Istraživačka pitanja rada su:

1. Je li Zoran Milanović populist?
2. Ako je populist, koju vrstu i razinu populizma koristi?
3. Koristi li ljuti populizam, odnosno ekspresiju ljutnje s ciljem identifikacije s narodom i diskreditacije protivnika?
4. Ako je detektiran populizam, postoji li razlika u vrsti i razini populizma Zorana Milanovića na Facebooku i u izjavama za medije koje prenosi televizija?
5. Ako je detektiran populizam, postoji li razlika u vrsti i razini populizma Zorana Milanovića u predizbornoj kampanji i nakon što je postao predsjednikom?

## 2. TEORIJA POPULIZMA

Pojmovi populizam i demokracija imaju isti korijen riječi, a to je „demos” ili „populus” koji na grčkom znači narod. „Demos označava vladavinu naroda, populus politiku ili ideologiju koja se poziva na narod“ (Milardović, 2004: 10). Razliku između pojmova iznosi Šalaj (2012, 27-38): „Demokracija je ujedinjenje kroz različitost, dok populizam podrazumijeva homogeno političko tijelo.“. Pojam populizam se koristi i u antičkom Rimu: „Populares je bila oznaka za reformatorsku stranku koja se zalagala za veća prava naroda. Populizam je tvrdnja da je samo dio naroda narod (populares), a da ta stranka isključivo predstavlja taj dio naroda“ (Werner-Muller, 2017: 30-31).

Prve stranke koje koriste pojam „populistička” u svom imenu nastaju u 19. stoljeću u Rusiji i SAD-u (Milardović, 2004: 14). Populistički pokreti se, prema Šalaju, (2012b) dijele na agrarne i političke. Agrarni se dijeli na farmerski, zemljoradnički i populizam intelektualaca, a politički na populističku demokraciju, političarski populizam, reakcionarni populizam te populizam demokracije (Šalaj, 2012b: 56). U Njemačkoj se prvi populistički pokreti i stranke javljaju za vrijeme romantizma, dok se u Francuskoj pojavljuje pužadizam (Milardović, 2004). Prema istom autoru (ibid, 2004), u Hrvatskoj se populizam javlja kod Hrvatske seljačke stranke Stjepana Radića. Milardović (2004) populizam u 20. stoljeću u Hrvatskoj detektira kod Ante Pavelića, Josipa Broza Tita i Franje Tuđmana. Kod Pavelića je detektirana desno orijentirana populistička diktatura, kod Tita lijevo orijentirana populistička diktatura dok predsjednički mandat Franje Tuđmana Milardović (ibid, 2004) opisuje kao autoritarni populizam (ibid, 2004: 148).

Populizam se kao pojam u političkoj komunikaciji koristi i u pozitivnom i u negativnom smislu: „Kao pejorativ, populizam se koristi za diskreditaciju protivnika kao onog koji daje lažna obećanja i koristi jeftinu demagogiju kojima žele probuditi niske strasti u ljudima. U najpozitivnijem smislu, riječ je o političkom jeziku koji teži jednostavnosti“ (Šalaj, 2012b: 55). Društvene znanosti na fenomen populizma gledaju dvojako. Populizam je „sjena demokracije i korektiv koji upozorava na jaz između demokracije u teoriji i praksi“ (Werner-Muller, 2017). S druge strane, populizam, za

neke autore, može biti put prema autokraciji i jednomlju populističkih političara koji samovoljno donose odluke pozivajući se na predstavljanje naroda (Šalaj, 2012: 22-23).

U Sjedinjenim Američkim Državama populizam se opisuje sintagmom: „Say it as it is!“ što se u Hrvatskoj prevodi narodnom poslovicom: „Što na umu, to na drumu!“. Prema istraživanju autorica Enli i Rosenberg iz 2018., ispitanici su ocijenili većim ocjenama populističke političare od ne-populističkih te su ih opisali kao autentične što je za više od polovinu ispitanika ključna osobina prilikom odabira kandidata ili stranke na izborima (Enli, Rosenberh, 2018: 4). Autorice (ibid, 2018) u istraživanju autentičnost opisuju kao „biti običan u govoru i jeziku. Naglasak je na performansu, a ne na istini“ (ibid, 2018: 3).

Populizam je u društvenim znanostima definiran ili kao političko-komunikacijski stil ili kao politička ideologija. Autori koji koriste pristup populizmu kao političko-komunikacijskog stila opisuju ga kao „taktički alat“ i političku demagogiju orijentiranu na ljude kojom se izjednačavaju s narodom i predstavljaju sebe kao zastupnicima naroda (Grbeša, Šalaj, 2017: 8-9). Pristup koji na populizam gleda kao na ideologiju društvo opisuje kao podijeljeno na dvije homogene i antagonizirajuće skupine: dobar narod i zločestu elitu (ibid, 2017). Akkerman (2003) na populizam gleda kao na političko-komunikacijski stil i kao ideologija pri čemu je populizam podnošljiv ako se zadržava na razini stila i radikaln ako se pojavljuje kao ideologija (Akkerman, 2003, u: Šalaj, 2012:30).

Jedna od podvrsta populizma kao političko-komunikacijskog stila je „ljuti populizam“ što je pojam konceptualiziran od autorice Karin Wahl-Jorgensen (2018). Populisti, zaključuje Kišiček (2018), koriste argumentaciju emocijama ili „pathosom“: „Retorika populista je uvjeravanje temeljeno na osjećajima publike kao što su strah, ljutnja, ogorčenost ili bijes“ (Kišiček, 2018: 29). „Ljuti populizam“, prema Karin Wahl-Jorgensen (2018) koristi „ljutnju publike neovisno o njenim stavovima u svrhu dobivanja političke potpore“. Karin Wahl-Jorgensen (ibid) konceptualizira ljuti populizam kao način pridobivanja široke podrške kroz deliberativnu ekspresiju ljutnje (ibid, 2018: 766). Ljutnja je ili direktno usmjerena prema političkom establišmentu, kulturnim i ekonomskim elitama, ženama, migrantima, etničkim manjima i svakome tko je prijetnja državnim interesima ili je neizravna.

Uz ekspresiju ljutnje, političari u javnim istupima koriste i askripciju ljutnje što je pojam konceptualiziran i operacionaliziran od autora Wunderlicha, Nguyena i von Schevea (2023). Askripcija emocija je, prema navedenim autorima (2023), izražavanje emocija jedne društvene skupine prema drugoj upotrebom treće strane ili kanala kao što su političari ili mediji i koristi se za diskreditaciju druge skupine ili motivaciju vlastite skupine (ibid, 2023: 148). Najjednostavnije rečeno, to je kao da jedna osoba drugoj kaže kako je treća osoba ljuta ili u strahu. Askripciju autori (ibid) konceptualiziraju: „Riječ je o ljutnji kao odgovor na nepravdu i kršenje normi, ali i komunikacijski pokazatelj snage te poziv na akciju ljutih građana kao što su Wutbürger u Njemačkoj“ (Wunderlich, Nguyen, von Scheve, 2023: 149-150). Populisti koriste „Pars pro toto“ argumentaciju (Werner-Muller, 2017) pri čemu je samo dio naroda autentični, „pravi“ narod. Ekspresijom i askripcijom ljutnje „ljuti građani“ postaju onaj dio naroda koji predstavlja „pravi narod“ (Wunderlich, Nguyen, von Scheve, 2023, 149-150). Wahl-Jorgensen ističe (2018) kako mediji imaju važnu ulogu u ekspresiji i askripciji ljutnje jer populističke političare prikazuju kao ljute što im ide na ruku u svrhu dobivanja političke potpore (Wahl-Jorgensen, 2018: 775). Prilikom korištenja „ljutog populizma“ popustički političari izražavaju ili askribiraju strah koji je „sekundarna reakcija na ljutnju i sredstvo je izbjegavanja. Izaziva odbojnost i averziju“ (Wunderlich, Nguyen, von Scheve, 2023: 149).

Stanje opće nesigurnosti i straha za Adorna (1950) predstavlja idealan teren za populističke pokrete zbog nepoznavanja složenosti suvremenih društava (Taguieff, 2017: 82). Ljutnja i strah često koriste populistički političari s ciljem političke mobilizacije i osiguranja potpore (Wunderlich, Nguyen, von Scheve, 2023: 149). Wunderlich, Nguyen i von Scheve (2023) u istraživanju zaključuju kako građani reagiraju pozitivnije prema aksribiranom strahu nego ljutnji zbog čega populistički političari aksribiraju strah i prikazuju građane zabrinutima, a ne ljutima (Wunderlich, Nguyena i von Schevea, 2023: 159).

## 2.1 IDEACIJSKI PRISTUP U DEFINIRANJU POPULIZMA

Autori Grbeša i Šalaj (2020) konceptualiziraju populizam kao metaideologiju. Metaideologija je „nadređeni pojam političkim ideologijama povezujući ideologije zajedničkih karakteristika. Tri su metaideologije – monizam, pluralizam i populizam“ (Grbeša, Šalaj, 2020: 6). Populizam, ističu isti autori u više istraživanja (ibid, 2018, 2020), kao metaideologija ima dualan pogled na politiku kao antagonizirajućeg prostora homogenog i dobrog naroda na dnu i homogene pokvarene političke elite na vrhu. Dijeli se na lijevi, desni i centristički populizam (Grbeša, Šalaj, 2018: 49).

U konceptualizaciji i operacionalizaciji pojma populizam koristim ideacijski pristup autora Grbeše i Šalaja (2017, 2018) koji stavlja fokus na idejno i ideje koje koriste svi populistički akteri (ibid, 2018: 50), a to je „manihejska” borba naroda i elita pri čemu se populisti razlikuju u količini pozitivnog sentimenta prema narodu i negativnog sentimenta prema elitama (Grbeša, Šalaj, 2017: 10).

Ideacijskim pristupom Grbeša i Šalaj (2018) populizam kao ideologiju operacionaliziraju upotrebom dva indikatora: pozitivno referiranje na narod i negativno referiranje na političke elite. Indikator pozitivno referiranje na narod autori operacionaliziraju izravnim ili razičitim referiranjem na narod, a negativno referiranje na elite antielitizmom (ibid). Autori (2018) pri tome rade distinkciju između antielitizma i antiestablišmentske retorike koja je usmjerena samo prema dijelu političke elite ili vladajućem establišmentu što nije indikator populističke ideologije, odnosno metaideologije, već pluralističkog pogleda na svijet (Grbeša, Šalaj, 2018: 21-25 54-55).

Grbeša i Šalaj (ibid) za detekciju jačine populizma i njegovom opisivanju koriste nedefinirajuće periferne indikatore (ibid, 51). Prema detektiranim indikatorima Šalaj (2012) razlikuje „pravi populizam koji sadrži sve varijable i licemjerni koji nema većinu određujućih varijabli“ (ibid, 2012:30). Grbeša i Šalaj (2018) kao periferne indikatore populizma kao ideologije koriste: isticanje karizmatškog vođe, zagovaranje referenduma i izravne demokracije i postojanje „opasnih drugih”. Indikatori

populizma kao političko-komunikacijskog stila su, prema istim autorima (ibid), upotreba praznih označitelja i različite reference na pojam narod (ibid).

Jedan od indikatora populizma kao ideologije kod populističkih stranaka i aktera je isticanje karizmatskog vođe. Iznimke se mogu pronaći, kao naprimjer, u Švicarskoj (Grbeša, Šalaj, 2018: 59). Karizmatskog vođu populisti koriste zbog „afektivne uloge u procesu osvajanja vlasti“ (Wahl-Jorgensen, 2018: 767). Populističke karizmatske vođe ostvaruju uspjeh „u zemljama bez ekonomske i demokratske tradicije gdje puk traži očinsku figuru, pa makar ona nalikovala klaunu“ (Milardović, 2004: 145).

## 2.2. INKLUZIVNI PRISTUP POPULIZMU

Autori Grbeša i Šalaj (2018) koriste ideacijski i inkluzivni pristup u konceptualizaciji i operacionalizaciji pojma populizam što upotrebljavam u ovom radu: „Prema inkluzivnom pristupu, postoji zajednički element koji povezuje ideacijski pristup populizmu kao političke ideologije i gledište na populizam kao na političko-komunikacijski stil, a to je pozitivno referiranje na narod“ (Grbeša, Šalaj, 2018: 52-53). Jedini određujući indikator populizma kao političko-komunikacijskog stila je pozitivno referiranje na narod, ističu isti autori (ibid). Određujući indikatori populizma kao ideologije su pozitivno referiranje na narod i negativno referiranje na političke elite.

Autori Grbeša i Šalaj (2018) inkluzivnim pristupom operacionaliziraju periferne neobvezujuće indikatore populizma kao političko-komunikacijskog stila: upotreba praznih označitelja, tehnike privatizacije politike i različita referiranja na pojam narod. Laclau (2005) opisuje prazne označitelje kao „izraze, fraze ili ideje bez jasnog značenja kojima ljudima daju različita objašnjenja, ovisno o političkoj ideologiji ili kulturnoj pozadini“ (Laclau 2005, vidi u: Grbeša, Šalaj, 2018: 63-64). S druge strane, pojmovi oko kojih postoji jedinstveno objašnjenje su univerzalni označitelji (Kunac, Lalić, 2010). Prema Grbeši i Šalaju (2018) tehnika privatizacije politike „se odnosi na korištenje sadržaja i jezika koji spadaju u privatnu sferu...(…) može se prakticirati na više načina, od korištenja obitelji za pridobivanje simpatija birača, do korištenja neformalnog ili kolokvijalnog jezika koji na diskretniji način približava političare „običnim ljudim“. (...) Ova kategorija je korisna za otkrivanje elemenata kojima se populist nastoje prikazati bliskima „običnom čovjeku“, ali i za otkrivanje elemenata populističkog stila kod mainstream političara“ (Grbeša, Šalaj, 2018: 188). Periferni indikator populizma kao političko-komunikacijskog stila kojeg koristim u ovom radu je zazivanje referendumima i izravne demokracije (Grbeša, Šalaj, 2018: 60). Populistički pokret ili politike se, prema Milardoviću (2004) nastoji prikazati kao „izvaninstitucionalni pritisak mase na demokraciju koji se može institucionalizirati u poredak“ (Milardović, 2004: 27). Međutim, populist ne prihvaćaju inicijative od drugih, već teže ratifikaciji svojih (Werner-Muller, 2017). Za



dobivanje potpore koriste pojmove „zle demokracije i dobrog populizma“ (Taguieff, 2017: 146-147).

Prema Werner-Mulleru (2017), populisti koriste „pars pro toto” argumentaciju gdje narod čini samo jedan njegov dio, a ne svi, pri čemu samo oni predstavljaju interese tog naroda i nitko drugi (Werner-Muller, 2017: 28-31). Onaj dio naroda koji ne smatraju narodom populisti prikazuju kao „opasne druge”, ističu Grbeša i Šalaj (2018). Isti autori (ibid) dijele populizam na lijevi, desni i centristički ovisno o tome koga populisti prikazuju kao „opasne druge”: „Desni populisti kao opasne druge identificiraju migrante, lijevi financijske institucije dok kod centrističkih populista nema jasno definiranih opasnih drugih“ (Grbeša, Šalaj, 2020: 16). Europska unija, mediji, poslovne i bankarske elite i domaće manjine su „opasni drugi” i lijevih i desnih populista (Grbeša, Šalaj, 2018: 62-63).

U radu koristim konceptualizaciju pojma „ljuti populizam” autorice Karin Wahl-Jorgensen (2018) što opisujem u uvodu dok za operacionalizaciju pojma koristim indikatore osmišljene s mentoricom i profesoricom Marijanom Grbešom-Zenzerović koje do sada nikad nisu bili korištene: prozivanje, vrijeđanje, podcjenjivanje i upotreba nadimaka. Uz njih, koristim indikatore askripcija ljutnje i askripcija straha autora Wunderlicha, Nguyena i von Schevea iz 2023. „Ljuti populizam” opisujem kao ekspresiju i askripciju ljutnje s ciljem identifikacije s narodom i diskreditacije protivnika. Pri tome ekspresija i askripcija ne moraju biti istovremeno detektirani da bi se javni istup ocijenio „ljutim populizmom”.

Prema autorima Grbeši i Šalaju (2018), dominantna teza u društvenim znanostima je ta da je populizam tanka ideologija s dva određujuća elementa koja jednostavnom slikom svijeta nastoji odgovoriti na većinu pitanja (Grbeša, Šalaj, 2018: 41-43). Često se zamjenjuje s nacionalizmom koji je, poput populizma, tanka ideologija, mišljenja su istih autora (2018). Grbeša i Šalaj (ibid) razlikuju populizam i nacionalizam prema slici društva: populizam ima piramidalnu sliku u kojoj su elite na vrhu, a na dnu je narod dok nacionalizam koristi model unutra-van temeljem nacionalne pripadnosti (ibid, 65-77). U operacionalizaciji populizma kao ideologije isti autori (ibid) koristeći inkluzivni pristup navode kako se dva određujuća indikatora u javnim istupima detektiraju u različitim razinama, ovisno o količini i prisutnosti neobvezujućih indikatora. Odnos različitih razina određujućih indikatora autori koriste

i time povezuju nacionalizam i populizam. Nacionalistički populizam je detektiran kada antielitizam dominira u odnosu na pozitivno referiranje na narod uz upotrebu koncepta nacije-države. Populistički nacionalizam je detektiran kada pozitivno referiranje na narod uz upotrebu termina nacije-države dominira u odnosu na antielitizam, zaključuju autori (2018).

Taguieff (2017) u svojoj knjizi zaključuje kako „posljednjih godina pričamo o valu „antiglobalizacijskog“ nacionalizma koji opće usmjerenje duguje populističkim mobilizacijama radikalne desnice“ (Taguieff, 2017: 41) što istražujem u ovom radu korištenjem indikatora „opasni drugi“ pri čemu kao „opasni drugi“ moraju biti detektirani Europska unija, Nato i druge međunarodne institucije.

### **2.3. DOSADAŠNJA ISTRAŽIVANJA POLITIČKE KOMUNIKACIJE ZORANA MILANOVIĆA**

Predmet istraživanja je Zoran Milanović koji je od 2020. predsjednik Republike Hrvatske. Od 2007. do 2016. bio je predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske. Povlači se iz politike 2016. i vraća se 2019. najavom kandidature za predsjednika države.

U svojoj prvoj predizbornoj kampanji 2007. kao predsjednik stranke Zoran Milanović, prema Laliću (2013), „pokazuje neiskustvo u političkoj komunikaciji” (Lalić, 2013: 24). Isti autor, prema Tanti (Lalić, 2013, u: Tanta, 2015), političku komunikaciju Zorana Milanovića za vrijeme premijerskog mandata od 2011. do 2016. opisuje kao „pozitivnu u prvoj godini mandata nakon čega postaje kontroverzna, čudna i neugodna“ (Lalić, 2013, u: Tanta, 2015: 937). Tanta (2015) zaključuje kako Zoran Milanović svojom komunikacijom „šokira čime se pokazuje zavidna razina neodgovornosti te udaljenost od ljudi i generalne situacije u zemlji“ (ibid, 938). Različiti autori (Lalić, 2013, Lalić, 2015, Grbeša, 2014) zaključuju kako je Milanovićeva politička komunikacija kao predsjednika Vlade „agresivna” (Lalić, 2015: 16), elitistička i antipopulistička (Lalić, 2013: 27, Grbeša, 2014: 42). Komunikacija Zorana Milanovića se kreće u rasponu od „dobro prihvaćenih govora preko rutinskih nastupa do istupa koji zbog svoje dvosmislenosti i kontroverznosti izazivaju zazor u znatnom dijelu javnosti (Lalić, 2013: 23). Beck (2015) političku komunikaciju Zorana Milanovića opisuje kao „nejasne i neprikladne izjave koje izazivaju zbuñjenost i frustraciju kod slušatelja” (Beck, 2015: 10) i naziva ih pojmom „Zoranizmi” (ibid).

Lalić (2015) zaključuje kako se predizborna kampanja za parlamentarne izbore 2015. svela na isticanje osobnog imidža, negativnu kampanju i nerealna obećanja (Lalić, 2015: 14). Na izvanrednim parlamentarnim izborima 2016. Zoran Milanović ne koristi populističku retoriku za razliku od Socijaldemokratske partije Hrvatske i Hrvatske demokratske zajednice, zaključuju Penda i Zekaj (ibid, 2016, 47-48), ali ni ne koristi dvosmjernu komunikaciju s građanima za razliku od Socijaldemokratske partije Hrvatske kojoj je pripadao, pokazalo je istraživanje autorice Vučković (2016).

Nakon izvanrednih parlamentarnih izbora Zoran Milanović daje ostavku s mjesta predsjednika Socijaldemokratske partije Hrvatske i ne natječe se na izborima do 2019. kada najavljuje kandidaturu za predsjednika države. Autori Galić i Bebić (2020) u istraživanju zaključuju kako Zoran Milanović u komunikaciji u predizbornoj kampanji 2019. ističe autentičnost, najviše priča o sebi, vodi negativnu kampanju prema Hrvatskoj demokratskoj zajednici i protukandatinji te tadašnjoj predsjednici Kolindi Grabar-Kitarović (Galić, Bebić, 2020: 86-87).

### 3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA

Cilj ovog rada je istražiti je li Zoran Milanović populist. To je ujedno i prvo istraživačko pitanje na koje odgovaram detekcijom indikatora populizma kao političko-komunikacijskog stila i indikatora populizma kao ideologije u objavama na profilu Zorana Milanovića na društvenoj mreži Facebook i izjavama za medije koje prenose televizije Nova TV, RTL, HTV i N1 od listopada 2019. do veljače 2023. Kao metodu istraživanja koristim kvalitativnu analizu sadržaja. Istraživanje dijelim na dva vremenska razdoblja: predizborna kampanja od lipnja 2019. do veljače 2020. i predsjednički mandat od veljače 2020. do veljače 2023.

Iduće istraživačko pitanje glasi: koristi li Zoran Milanović ljuti populizam koji je podvrsta populizma kao političko-komunikacijskog stila? U istraživanju kojim odgovaram na ovo pitanje koristim indikatore: prozivanje, vrijeđanje, podcjenjivanje, nadimci, aksripcija ljutnje i askripcija straha. U radu odgovaram na pitanje koristi li ljuti populizam s ciljem identifikacije s narodom i diskreditacije protivnika. Indikatorom „opasni drugi” utvrđujem je li Zoran Milanović lijevi, desni ili centristički populist ako populizam koristi. Kvalitativnom analizom utvrđujem razliku u vrsti i razini populizma koju Zoran Milanović koristi u Facebook objavama i prilikom davanja izjava za medije koje prenosi televizija. Istom metodom istraživanja utvrđujem razliku u vrsti i razini populizma koju Zoran Milanović koristi u objavama i izjavama za vrijeme predizborne kampanje i nakon što je postao predsjednikom. Sve navedeno utvrđujem ako je populizam detektiran.

Metoda istraživanja koju koristim u radu je kvalitativna analiza sadržaja. Lamza-Posavec (2021) definira ovu metodu kao „subjektivno vrednovanje građe koje nije vođeno čvršće definiranim metodološkim kriterijima. Riječ je o istraživanju interpretativnog karaktera koje ne dopušta statističku obradu ni uopćavanje podataka” (Lamza- Posavec, 2021: 258). Kvalitativna analiza sadržaja je, prema istoj autorici (ibid), naturalistička i interpretativna metoda. Naturalistička jer se ponašanje ili način razmišljanja pojedinca nastoji razumjeti u prirodnom okruženju i interpretativna jer misli i ponašanje u nekoj mjeri istraživač sam interpretira (Lamza, Posavec, 2021: 61). Ovom metodom dajem odgovor na pitanje što, kako i zašto se nešto dogodilo i dajem čitavoj pozadini kompleksniji i detaljniji uvid u situaciju (ibid, 2021: 63). Rezultati se odnose na konkretne slučajeve, događaje ili aktere i ne mogu se generalizirati (ibid).

Za ovo istraživanje koristim kvalitativnu analizu sadržaja jer je se proučava nedovoljno istražena i teorijski nedostatno opisana pojava što populizam i „ljuti populizam” svakako jest (Lamza, Posavec, 2021: 61).

Svaki dio teksta u kvalitativnoj analizi sadržaja je unikatan te se rezultati mogu različito interpretirati, dok analiza sadržaja stvara kontekst unutar kojeg autor vrši analizu i čega je i sam svjestan, zaključuje Krippendorff (2013). Kvalitativna analiza sadržaja zahtjeva pažljivo čitanje manjeg teksta, interpretaciju teksta u novim narativima i svjesnost istraživača da analizu radi unutar svog hermeneutičkog kruga unutar kojeg društvo i kulturno uvjetovanje konstantno participira (Krippendorff, 2013). Isti autor (2013) ističe kako je mnoge rezultate kvalitativnih istraživanja teško replicirati ili ocijeniti. Zaključuje, između ostalog (ibid), kako je čitanje fundamentalno, čak i kada su rezultati brojčani, dok primjeri i citiranja imaju vrijednost statističkih obrazaca. Autor dalje navodi (ibid) kako istraživači koji koriste ovu metodu izbjegavaju formalne analize s unaprijed odrađenim pravilima jer su u neskladu s prirodom teksta rada. Brojevi u semantičkom smislu u kvalitativnoj analizi sadržaja nemaju smisla zaključuje, između ostalim, Krippendorff (2013).

## • FACEBOOK OBJAVE

Pilot analizom izdavam 42 od 501 objavljenog statusa na Facebooku u razdoblju od lipnja 2019. do veljače 2023. Od 306 statusa u predizbornoj kampanji (listopad 2019 – veljača 2020) pilot analizom izdavam 12 statusa dok za vrijeme predsjedničkog mandata Zorana Milanovića (veljača 2020. – veljača 2023.) izdavam 28 od 195 Facebook statusa.

Prva objava koju izdavam je dvadesetog i drugog lipnja 2019. na blagdan Dan antifašističke borbe. Prilikom posjeta otoku Braču na Facebooku komentira optužbe za korupciju i ostavku tadašnjeg ministra Lovre Kuščevića. U trećoj objavi komentira uvođenje eura. U kolovozu i rujnu komentira pravosuđe, HDZ i referendumske inicijative. U listopadu opet komentira HDZ i poziva na izlazak na izbore. Prije prvog kruga izbora iznosi kritiku društva i države te izražava ljutnju zbog navodne korupcije i klijentelizma u Hrvatskoj. Između prvog i drugog kruga izbora poziva na izlazak na izbore.

Prvi status na Facebooku nakon što je Zoran Milanović postao predsjednikom koju pilot analizom izdavam je status objavljen 20. srpnja 2020. povodom odluke kako neće prisustvovati konstituirajućoj sjednici Sabora. U drugoj objavi komentira ministricu kulture Ninu Obuljen-Koržinek dok u trećoj objavi komentira premijera Andreja Plenkovića na temu nabavke vojnih aviona. U dva dana objavljuje četiri statusa u kojima komentira slučaj seksualnog zlostavljanja glumica u Hollywoodu. U idućem izdvojenom statusu komentira odluku Sabora da ne stavi na dnevni red glasanje o Zlati Đurđević, kandidatkinji za predsjednicu Vrhovnog suda koju je on predložio. Krajem svibnja detektiram devet objava u kojima komentira odluku o izboru novog suca Vrhovnog suda. Komentira predsjednika Sabora Gordana Jandrokovića, ministra Ivana Malenicu, saborske zastupnike Milorada Pupovca, Vladimira Šeksa, Hrvatsku radioteleviziju i predsjednika Vlade Andreja Plenkovića. U tri statusa Zoran Milanović komentira izborni zakon u Bosni i Hercegovini uz komentar premijera i ministra vanjske politike Gordana Grlića Radmana.

- **IZJAVE ZA MEDIJE KOJE JE PRENIJELA TELEVIZIJA**

Pilot analizom izjava za medije koje su prenijele televizije izdavam 14 izjava. U predizbornoj kampanji pilot analizom izdavam 4 izjave za medije koje je prenijela televizija. Tri izjave Zorana Milanovića uzimam iz televizijskih intervjua. Uz gledanje intervjua kao dodatni materijal koristim transkripte razgovora objavljene na web stranicama televizije na kojima je intervju emitiran. Dva intervjua daje N1 televiziji u emisijama „Točka na tjedan“ i „Pressing“. Jednosatni intervju daje HRT-u u emisiji „Nedjeljom u dva“. Četvrta izjavu za medije koje su prenijele televizije a koju koristim u radu je televizijski prilog s predizbornog skupa Zorana Milanovića.

Kao istraživački korpus izjava za medije koje su prenijele televizije koristim tri televizijska priloga emitiranih u emisiji „Direkt“ na RTL-u. Videa televizijskih priloga pronalazim na društvenoj mreži Facebook na stranici „RTL Direkt“ nakon upisivanja pojma „Zoran Milanović najbolje izjave 2020., 2021., 2022. i 2023“ na internetskoj stranici „Google“. Videi su objavljena u prosincu 2021., veljači 2022. i siječnju 2023. U svakom videu pronalazim 10 do 20 izjava Zorana Milanovića u trajanju od pet do 20 sekunda. Istraživački korpus ima 70 izjava od čega ih izdavam 48.

Od 48 izjava za medije koje je prenijela televizija izdavam 11 izjava drugom pilot analizom. Tri izjave za medije prenosi N1 i HRT, dvije Nova TV i 24 sata.

drugoj razini pilot analize izdavam 11 izjava za medije koje je prenijela televizija. Po tri izjave za medije prenosi N1 televizija i HRT, a po dvije izjave Nova TV i 24 sata. U prvoj izdvojenoj izjavi Milanović komentira uhićenja zbog sumnje u korupciju u tvrtki Jadranski naftovod kao i njegov boravak u klubu u Slovenskoj ulici 9 za vrijeme zabrane kretanja zbog koronavirus pandemije. U veljači 2021. komentira zakon i izbor suca Vrhovnog suda. Mjesec dana poslije, Milanović komentira cijepljenje i odabir suca Vrhovnog suda. U idućoj izjavi komentira dva protokola za premijera i njega na Plitvicama, izbor suca Vrhovnog suda i epidemiološke mjere. U travnju 2021. komentira vojna i vanjsko-politička pitanja. Dva mjeseca poslije komentira izbor suca Vrhovnog suda, europske fondove i cijepljenje. Potom komentira ministra obrane i vanjskih poslova, jednog od bivših ministara u vladi HDZ-a i kadrovske odluke u hrvatskoj vojsci. Optužnica protiv poduzetnika Ivice Todorica, zbivanja oko tvrtke „Jadranski naftovod“, uhićenje bivše ministricice Gabrijele Žalac i epidemiološke mjere bila su tema iduće izjave. Prilikom obilježavanja Dana Grada



Valpova komentira odštetu obitelji Zec, povijesni kontekst događaja u Jasenovcu i Srebrenici te izborni zakon u BiH. U Puli Zoran Milanović komentira potencijalne izmjene i dopune Zakona o obrani, presudu Valteru Flegi i izborni zakon u BiH. Sve izjave koje izdavam je Zoran Milanović dao prilikom proslave obljetnica, dana grada i drugih ceremonija i svečanosti.

Jezgreni indikator populizma kao političko-komunikacijskog stila je referiranje na pojam narod koje može biti neutralno, pozitivno i negativno. Neodređujući indikatori populizma kao političko-komunikacijskog stila su pozivanje na izravnu demokraciju, upotreba praznih označitelja i različita referiranja na pojam narod.

Jezgreni indikatori populizma kao ideologije su pozitivno referiranje na narod i negativno referiranje na političke elite. Neodređujući indikatori su: prikazivanje sebe kao političkog amatera i distanciranje od elita.

Indikator „opasni drugi” koristim za detekciju desnog, lijevog ili centrističkog populizma.

Jezgreni indikatori ljutog populizma su: prozivanje, vrijeđanje, nadimci, podcjenjivanje, askripcija straha i ljutnje.

Sve numeričke vrijednosti u radu su ilustrativnog karaktera.

## **4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA**

Pilot analizom izdvojen je manji broj izjava za medije koje je prenijela televizija od statusa na društvenoj mreži Facebook. Ukupno gledano, više je izdvojenih Facebook statusa i izjava za medije koje je prenijela televizija nakon što je Zoran Milanović postao predsjednikom. To je opažanje vrijedno jer Zoran Milanović u trenutku pisanja rada ima manji broj Facebook statusa nakon što je postao predsjednikom.

Pilot analizom izdvajam veći broj izjava za medije koje je prenijela televizija nakon što je postao predsjednikom. Na Facebooku izdvajam veći broj statusa Zorana Milanovića u predizbornoj kampanji. Postotak izdvojenih izjava za medije koje je prenijela televizija i statusa na Facebooku je 14% u odnosu na broj izjava i statusa izdvojenih pilot analizom. Postotci su isključivo ilustrativnog karaktera.

#### **4.1. POPULIZAM U PREDIZBORNOJ KAMPANJI NA FACEBOOKU**

Zoran Milanović u većini statusa kao metaideologiju koristi pluralizam ili se ona ne može dokučiti. U nijednom statusu nije detektiran populizam kao ideologija, odnosno kao metaideologija. U skoro svim statusima Zoran Milanović koristi populizam kao političko-komunikacijski stil. U dvije trećine statusa koristi ljuti populizam. U polovini statusa u kojima je detektiran ljuti populizam detektirana je askripcija ljutnje građanima. Ekspresiju ljutnje koristi u svrhu identifikacije s narodom. U objavi 7.-og prosinac 2019. koristi ekspresiju ljutnje ne bi li se izjednačio s narodom, dok u objavi 1. srpnja 2019. kako bi iznio antiestablišmentsku retoriku. U objavi 16.-og srpnja 2019. detektiram upotrebu „opasnih drugih”, a to je Europska Unija. Antipopulistička i elitistička komunikacija poput one koje je Zoran Milanović koristio dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske detektirana je 17.-og listopada. To je jedina takva objava. U njoj je detektirano podcjenjivanje, sarkazam i pozitivno referiranje na izravnu demokraciju.

U većini objava u kojima Milanović koristi populizam kao političko-komunikacijski stil, referiranje na narod temelji na terminima nacija-država, odnosno nacionalizmu. U skoro svim objavama u kojima koristi ljuti populizam Milanović koristi pojmove koje povezujemo s nacionalizmom. U početku kampanje rijetko koristi različita referiranja na narod dok u zadnja dva mjeseca kampanje intenzivno koristi referirajući se na narod koristeći pojmove nacija-država. U većem broju se neizravno referira na narod nego izravno. Pozivanje na izravnu demokraciju je rijetko i odnosi se na pozivanje na izbore. Time Milanović koristi populizam kao političko-komunikacijski stil kao tehniku uvjeravanja i mobilizacije birača. U manjem broju izjava poziva na „borbu” što je indikator „pravog” populizma kao političko-komunikacijskog stila. U statusu 16. srpnja kritizira posredničku demokraciju, a 17. listopada izravnu demokraciju. Dva spomenuta izdvojena statusa su iznimke. Zoran Milanović ne koristi antielitizam dok u manje od pola objava koristi antiestablišmentsku retoriku upućenu HDZ-u. On ne diskreditira cijelu elitu, a za razliku od, primjerice, stranke Most (vidi u: Grbeša, Šalaj, 2017) ne diskreditira HDZ i SDP kao jedine stranke koje su obnašale vlast, već isključivo HDZ. To češće radi

neizravno. Samo u jednom statusu trećeg kolovoza izravno proziva HDZ. Antestablišmentska retorika Zorana Milanovića se bazira na prikazu politike i društva kao manihejske borbe „Ja (Zoran Milanović) protiv njih” i „Mi protiv onih” koju koristi rijetko i u svrhu pridobivanja glasova. U dva statusa (3. kolovoza i 19. listopada 2019.) sebe predstavlja kao političkog profesionalca što nije neodređujući indikator populizma. Distanciranje od establišmenta detektiram u statusima 19. listopada i 21. listopada. Razina populizma kao političko-komunikacijskog stila kod Zorana Milanovića je „jaka” jer u većini objava detektiram veliki broj jezgrenih (bazičnih, određujućih) i perifernih (neodređujućih, opisnih) indikatora. Unatoč tome, Milanović nije „pravi” populist jer populizam koristi kako bi mobilizirao birače. Mobilizaciju nastoji ostvariti ekspresijom ljutom i „ljutim populizmom”. U svim statusima u kojima je detektiran „ljuti populizam” kod Zorana Milanovića detektiram i antiestablišmentsku retoriku.

U statusu 1. srpnja 2019. Milanović koristi antiestablišmentsku retoriku i osobni napad na ministra. U nastavku statusa kritizira vladajući establišment upotrebom ekspresije ljutnje prema ministru koji postaje personifikacija vladajućeg establišmenta. Koristi pojmove koji se povezuju s nacionalizmom („nacija-država”) koji gleda na društvo prema modelu *unutra-van*. Detektiram pluralističku metodologiju. Upotrebljava prazne označitelje („borba”) i žargon kao tehniku privatizacije politike („lopovluk”, „rođaštvo”). Koristi prozivanje („*ministar Kuščević*”), vrijeđanje („lopovluk”, „rođaštvo”) i ekspresiju ljutnje što su elementi „ljutog populizma”. Milanović se ne referira na narod iako politiku prikazuje kroz manihejsku borbu „Mene protiv njih”.

- *Pitali su me novinari sinoć na Braču o aferama ministra Kuščevića, rekao sam i ponavljam: Borit ću se za Hrvatsku u kojoj neće biti lopovluka i rođaštva. To se često naziva borba protiv korupcije, ali to je borba protiv lopovluka, pohlepe, obećaćenja javne službe koja je svetinja demokracije – 01. srpnja 2019.*

U statusu koji je citiran u idućem paragrafu detektiram „ljuti populizam” koji je po razini jaki populizam s obzirom na veliki broj detektiranih neodređujućih perifernih indikatora. Neutralno se referira na narod („*zajednica ljudi koji misle*”). Referiranje ostvaruje koristeći prvo lice množine i manihejski odnos „Mi - oni” („*razgovaramo*”, „*ako se nama odluke serviraju*”) i pojmove nacija-država („*Hrvatska*”). Koristi

pluralističku metaideologiju („*razgovor, a ne diktat*”). Detektiram „ljuti populizam” temeljem indikatora prozivanje („*MMF*”, „*Ministarstvo vanjskih poslova*”), podcjenjivanje („*odluke se serviraju u formi bilješki sa kolegija Ministarstva Vanjskih poslova*”), vrijeđanje („*MMF, svjetski globalni policajac*”, „*endemski lopovluk*”) i nadimcima koji su već navedeni. Koristi prazne označitelje („*red*”) i različita referiranja na narod. S narodom se nastoji izravno izjednačiti i prikazati kao „jednim od njih”. Detektirani su „opasni drugi”, a to je Europska Unija koju koristi kako bi kritizirao neposrednu demokraciju („*odluke će nam se servirati u obliku bilješki*”, „*ako Hrvatska uvede Euro o valuti odlučuju ljudi koje nismo izabrali*”). Poziva na razgovor s elitom, ne identificira se s njom, ali se ni ne udaljava od nje. Jaki „ljuti” populizam kao političko-komunikacijski stil.

- *Hrvatska i Euro za 5 godina? Da, ako nam se odluka ne servira u obliku bilješki sa kolegija Ministarstva vanjskih poslova i referendumom. Cijene ne ovise o euru, već koliko nam je uređena država – vlada li endemski lopovluk ili vladavina prava i zakona* – 16. Srpnja 2019.

U statusu 3. kolovoza 2019. Milanović koristi populizam kao političko-komunikacijski stil. Detektiram različito referiranje na pojam narod („*ljudi*”, „*Hrvatska*”, „*narod*”, „*zemlja*”), upotrebu praznih označitelja („*jednakost*”), indirektno pozivanje na izbore i izravnu demokraciju („*pa što narod da*”) što potvrđuje razinu populizma kao jakog. Ističe autentičnost i sebe prikazuje kao političkog profesionalca koji se manihejskom borbom „Ja protiv njih” odvaja od HDZ-a („*Ja sam u SDP ušao u 33. Godini života. Nisam bio ničiji tajnik, priručnik ili štíćenik. Naprosto, bio sam svoj*”). Neizravno se referira na narod. Koristi antiestablišmentsku retoriku HDZ-a temeljenu na manihejskoj borbi „mi-oni” što nije obilježje populizma jer ne napada cijelu političku elitu („*Ljudi su frustrirani i bijesni jer im je jasno da jedna stranka zemljom drma već 25 godina. Dok jedni napreduju samo zato što imaju člansku iskaznicu, drugi se suočavaju s preprekama na svakom koraku, od upisa u škole do pravosuđa, zdravstva*”). Koristi aksripciju ljutnje („*Ljudi su frustrirani i bijesni jer im je jasno da jedna stranka zemljom drma već 25 godina*”), prozivanje („*HDZ*”, „*Ivo Sanader*”), vrijeđanje („*nitko od tih ljudi ne bi bio ništa relevantno da nije bilo HDZ-a. Niti bi se obogatili, niti bi bili tajnice u kabinetima Ive Sanadera, dakle ništa*”), podcjenjivanje („*nerado komentiram druge kandidate, ali i danas vidimo da su to kandidati jedne stranke koji se pokušavaju predstaviti kao*

*neovisni ljudi. Ti ljudi bez HDZ-a, karijerno ne postoje. Ne bi bili predsjednici i generalni konzuli. To im je dala politika*)” što su obilježja „ljutog populizma”. Koristi termine nacije-države. U statusu je detektiran „ljuti populizam” kao političko-komunikacijski stil kojeg opisujem kao jakog s obzirom na količinu detektiranih indikatora. „Ljuti populizam” koristi u cilju antiestablišmentske retorike i diskreditacije radi mobilizacije birača.

- *Ljudi su frustrirani i bijesni jer im je jasno da jedna stranka zemljom drma već 25 godina. Dok jedni napreduju samo zato što imaju člansku iskaznicu HDZ-a, drugi se suočavaju s preprekama na svakom koraku. Protiv toga sam se borio 20 godina i nastavit ću opet. Pa što narod da – 03. kolovoza 2019.*

Primjere antiestablišmentske retorike u kojima Milanović indirektno napada HDZ možemo pronaći u dva statusa koja su citirana u iduća dva paragrafa.

- *Hrvatska se trenutačno po mnogo čemu muči. Nažalost, nemaju svi jednake šanse jer puno veće šanse imaš ako imaš iskaznicu jedne stranke. To je model po kojem je Hrvatska modelirana zadnjih 25 godina i to treba mijenjati - 27. kolovoza 2019.*
- *Ljudi su bijesni jer im je jasno da jedna stranka Hrvatskom drma već 25 godina. Ja sam jedini kandidat koji predstavljam drugu stranu. To je borba protiv lopovluka, nepravde, borba za jednakost ljudi, da znaš ako se boriš i igraš po pravilima – nećeš biti odbačen – 21. listopada 2019.*

U prvom citiranom statusu detektiran je populizam kao političko-komunikacijski stil. Milanović koristi neutralna, različita i neizravna referiranja na narod („svi”, „Hrvatska”) uz upotrebu termina nacija-država i prazne označitelje („jednakost”). Zbog količine neodređujućih indikatora populizam u ovom statusu je jak. U statusu detektiram „ljuti populizam” zbog prisutnosti indikatora podcjenjivanje („nemaju svi jednake šanse”, „Hrvatska se muči”) i vrijeđanje („Nemaju svi jednake šanse jer puno veće šanse imaš ako imaš iskaznicu jedne stranke”) što su elementi ljutog populizma. Manihejskim odnosom „mi – oni” približava se biračima, ali se ne izjednačava s narodom („model koji treba mijenjati”). „Ljuti populizam” kao političko-komunikacijski stil i jaki populizam s obzirom na broj detektiranih indikatora uz upotrebu antiestablišmentske retorike i nacionalizma.

U drugom citiranom statusu također je detektirana upotreba populizma kao političko-komunikacijskog stila. Referiranje na narod je neutralno („*ljudi*”), neizravno. Milanović koristi različita referiranja na narod („*Hrvatska*”) i spominje borbu što je indikator „pravog” populizma. Nema antielitizma već koristi neizravnu antiestablišmentsku retoriku („*jedna stranka Hrvatskom drma već 25 godina*”). Ljuti populizam je detektiran indikatorom askripcija („*ljudi su bijesni*”) i vrijeđanje („*lopovluk*”, „*nepravda*”, „*jedna stranka Hrvatskom drma već 25 godina*”). Jaki „ljuti populizam” s elementima nacionalizma uz antiestablišmentsku retoriku prema HDZ-u.

Status na Facebooku 19. listopada je primjer jakog populizma kao političko-komunikacijskog stila. Milanović se izravno i simbolički poziva na narod („*duh nacije*“) koristeći pojmove nacija-država u duhu populističke komunikacije. Pojam nacija-država povezuje s demokracijom („*hrvatska demokracija*”). Koristi prazne označitelje („*iskustvo*”), neutralno referiranje na narod, različita referiranja na narod te izravno i neizravno pozivanje na narod („*duh nacije*”, „*hrvatska demokracija*”, „*vrijeme da se suprostavimo*”), zaziva izravnu demokraciju („*izbori su važan trenutak*”) što je potvrda jakog populizma kao političko-komunikacijskog stila s obzirom na količinu perifernih, neodređujućih indikatora. Ističe autentičnost („*bio sam svoj*”, „*imam veliko iskustvo*”) i distancira se od političke elite („*ponosan sam što sam običan građanin*“), no istovremeno prikazuje sebe kao političkog profesionalca („*imam iskustvo veće od svih ostalih jer sam bio predsjednik Vlade i stranke*”) što nije obilježje populizma stoga zaključujem kako u statusu Zoran Milanović želi sebe izjednačiti s narodom i diskreditirati HDZ pri čemu ističe autentičnost i sebe prikazuje kao političkog profesionalca kako bi mobilizirao birače. „Ljuti populizam” je detektiran u indikatoru nadimci („*vrijeme da se suprostavimo zlodusima*”). Populizam kao političko-komunikacijski stil, jaki populizam s obzirom na količinu detektiranih indikatora uz korištenje nacionalizma i elemente „ljutog populizma” s ciljem izjednačavanja s narodom i periferne indikatore antielitizma.

- *Ovi su izbori važan trenutak za hrvatsku demokraciju i za stanje duha nacije. Vrijeme da se suprostavimo zlodusima i zbog toga sam ponovno tu. Ponosan sam na to što sam običan građanin jer sam to uvijek i bio – svoj. Imam veliko iskustvo, veće od svih ostalih jer sam bio predsjednik Vlade i stranke i to iskustvo želim podijeliti s vama – 19. listopada 2019.*

## - 4.2 POPULIZAM U OBJAVAMA NA FACEBOOKU ZA VRIJEME OBNAŠANJA MANDATA PREDsjedNIKA REPUBLIKE

Od veljače 2020. do veljače 2023. Zoran Milanović na svom službenom Facebook profilu objavljuje 195 statusa od kojih sam izdvojio 28 statusa.

U više od trećine statusa na Facebooku kod Zorana Milanovića je detektiran populizam kao političko-komunikacijski stil. Populizam kao ideologija, odnosno kao metaideologija nije detektiran u niti jednoj objavi. Milanovićev populizam u statusima nije „pravi” jer ne poziva na borbu naroda protiv elita kako bi se vratila moć narodu, već ga koristi kao političko-komunikacijski stil kako bi mobilizirao javnost, diskreditirao protivnike ili se izjednačio s narodom. U svim statusima u kojima je detektiran populizam kao političko-komunikacijski stil detektiram „ljuti populizam”. U polovini statusa je detektiran jaki populizam zbog količine perifernih, neodređujućih indikatora od kojih najviše puta detektiram različita referiranja na pojam narod i upotrebu žargona kao tehnike privatizacije politike. Milanović se češće referira nego što se izjednačava s narodom i koristi neutralno, pozitivno i negativno referiranje. Negativno referiranje na narod koristi uz upotrebu sarkazma s ciljem diskreditacije protivnika što je za Zorana Milanovića HDZ. Češće se referira na narod neutralno nego pozitivno. Koristi izravno i neizravno referiranje na narod. Koristi pojam „javnost” kako bi mobilizirao narod pri čemu sebe ne izjednačava s narodom.

Indikatori prozivanje, vrijeđanje, podcjenjivanje i upotreba nadimaka detektiram u svim statusima. Ne detektiram nijednom indikator askripcija ljutnje. Zoran Milanović ne koristi antielitizam, već antiestablišmentsku retoriku detektiranu u svim statusima u kojima detektiram populizam. Antiestablišmentska retorika je usmjerena prema HDZ-u i članovima HDZ-a.

Pojedinačno gledano, Zoran Milanović najčešće proziva HDZ, premijera Andreja Plenkovića, pravosuđe, kulturni establišment, saborskog zastupnika Slobodne srpske demokratske stranke Milorada Pupovca, Hrvatsku radioteleviziju, predsjednika hrvatskog sabora Gordana Jandrokovića, ministra vanjskih i europskih poslova Gordana Grlića Radmana, ali i indirektno Europsku Uniju. U statusima razlikuje predsjedništvo HDZ-a od ostatka (12. svibnja 2021.) te „stari” i „novi” HDZ kao dio



antiestablišmentske retorike usmjerene prije svega na kritici Andreja Plenkovića (20. travnja 2021.) Neizravno napada kulturni establišment (9. veljače 2021.), Charlesa Michela, predsjednika Europskog vijeća (29. ožujka 2021.) i politiku općenito (30. srpnja 2021.).

Iznimke među analiziranim statusima su isticanje elitističkog stava u statusu 20. travnja 2021. u kojem detektiram populizam i isticanje autentičnosti korištenjem manihejskog odnosa „istina – laž” (6. svibanj 2021.) i manihejske borbe „Ja protiv njih” (30. srpanj 2021.). U malo manje od pola statusa u kojima detektiram „ljuti populizam”, Milanović koristi pojmove koji se povezuju s nacijom-državom s ciljem pozivanja na narod, uključivanja naroda ili izjednačavanja s njime. Jednom koristi negativno referiranje na narod uz upotrebu sarkazma kako bi diskreditirao kulturni establišment. U statusu 19. svibnja 2022. detektiram indikator „opasni drugi” (NATO) dok u statusu 18. veljače 2022. detalji upućuju na implicitno isticanje Europske Unije kao „opasnih drugih” što su indikatori antiglobalizacijskog populizma.

U političkoj komunikaciji Zorana Milanovića u statusima 28.-og ožujka 2021. i 8.-og srpanj 2021. detektiram indikatore koje su autori detektirali u istraživanjima političke komunikacije Zorana Milanovića dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske. Zbog indikatora sarkazma, metafora, nadimaka, podcjenjivanja, agresivne i ekskluzivističke komunikacije prema političarima, novinarima, akademskim profesorima i teško dokučivih fraza i izraza statuse svrstavam u kategoriju „Zoranizama. Kao zanimljivost ističem kako je skoro jednak broj objava u kojima detektiram populizam i „Zoranizme”. Kao iznimku ističem antipopulistički status 3. lipnja 2021. u kojem proziva premijera Andreja Plenkovića za populizam.

I u tim objavama Milanović koristi ekspresiju ljutnje i elemente ljutog populizma, dok je korištenje indikatora populističke komunikacije u tim objava detektirano u par slučajeva, najčešće kroz korištenje žargona. Stoga njegovu komunikaciju ipak ne opisujem kao antipopulističku kao što je to bio slučaj kada je bio predsjednik SDP-a. U objavi 28. ožujka 2021. sebe opisuje, doduše metaforički, kao osobu lijevih političkih preferencija.

U statusima u kojima nije detektiran populizam detektiram indikatore „ljutog populizma” ili populizma kao političko-komunikacijskog stila kojih nema dovoljno kako bi status bio populistički. Zoran Milanović u statusima koristi osobne napade na

premijera Plenkovića, ministre (napada ministra pravosuđa i uprave Ivan Malenica u statusu 25. ožujka 2021. i neizravno ministricu kulture i medija Ninu Obuljen Koržinek 22. listopada 2020.), novinare (neizravno napada Borisa Dežulovića 8. srpnja 2021., Žarka Puhovski u dva statusa objavljenih 28. ožujka 2021. i Vedranu Rudan 10. veljače 2021.), političare (Daliju Orešković u statusu 8. veljače 2021., Milorada Pupovca 27. i 28. ožujka 2021., 3. svibnja 2021., Željka Sačića i Hrvoja Zekanovića 28. ožujka 2021.). HDZ izravno napada u dva statusa (6. svibnja 2021. i 28. ožujka 2021.), a neizravno u tri statusa (8. travanj 2021., 3. svibanj 2021. i 18. veljače 2022.).

U Facebook statusu 29. ožujka 2021. Zoran Milanović koristi različita, neutralna i neizravna referiranja na narod uz upotrebu pojmova nacije-države („hrvatski ljudi”, „hrvatski građani”, „svi u Hrvatskoj”). Koristi prazne označitelje („hrabrost”) i žargon kao tehniku privatizacije politike („odriješi kesu, nazovi kumove”, „žetoni”, „u raljama držiš pravosuđe”) što su indikatori jakog populizma kao političko-komunikacijskog stila s obzirom na količinu detektiranih indikatora. U statusu napada premijera Andreja Plenkovića i HDZ kao vladajući establišment, no ne kritizira cijele političke elite („u 5 godina tvoje diktatorske vlasti korupcija se uvukla u sve dijelove društva”). Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje je detektiran („Plenković”, „HDZ”, „pravosuđe”, „pola tvojih ministara”), vrijeđanje („budi jednom u životu hrabar, prestani muljati”, „prikupi vjerne žetone, odriješi kesu, nazovi kumove”, „u raljama HDZ-a držiš pravosuđe”, „u 5 godina tvoje diktatorske vlasti korupcija se uvukla u sve dijelove društva jer je pola tvojih ministara poslužilo kao primjer nekažnjene korupcije”), podcjenjivanje („nisi u stanju osigurati ravnopravnost hrvatskih građana s drugima u EU”) i nadimci („žetoni”, „talog” za „hrvatske ljude”, „Sova”, „sjevernokorejska istina”). Jaki „ljuti populizam” uz upotrebu pojmova nacije-države s ciljem pozivanja na narod i ekspresiju ljutnje kao dio antiestablišmentske retorike („A kad smo već kod opoziva, baš me zanima što o tebi i tvojim žetonima, nakon 5 godina vlasti, misle hrvatski ljudi koje si danas prozvaao „talogom“ samo zato što ne podržavaju tvoju sjevernokorejsku istinu”). „Ljuti populizam” koristi kako bi pridobio javnost na svoju stranu. Iako je riječ o jakom „ljutom” populizmu, u statusu nisu detektirani indikatori „pravog” populizma poput manihejske borbe naroda i elita, pozivanje na borbu i dualna slika društva u kojem su

elite na vrhu i narod na dnu. Iza objave se krije pluralistički metaideologija i pogled na svijet.

- *Ajde Plenkoviću, budi jednom u životu hrabar, prestani muljati i počni raditi. Prikupi svoje vjerne žetone, odriješi kesu, nazovi kumove i pokreni opoziv. Baš me zanima što o tebi i tvojim žetonima, nakon 5 godina vlasti, misle hrvatski ljudi koje si danas prozvao „talogom“ samo zato što ne podržavaju tvoju sjevernokorejsku istinu. (...) nisi u stanju osigurati ravnopravnost hrvatskih građana s drugima u EU. Treba li te opozvati zbog toga što u raljama HDZ-a držiš pravosuđe u koje te gura tvoj mentor i savjetnik Sova zadnjih 30 godina? Ono što baš svi u Hrvatskoj vide: u 5 godina tvoje diktatorske vlasti korupcija se uvukla u sve dijelove društva jer je pola tvojih ministara poslužilo kao primjer nekažnjene korupcije – 29. ožujka 2021.*

Iduća status analiziran u radu je status Zorana Milanovića 19. ožujka 2021. U statusu detektiram neutralno referiranje na narod („cijela javnost”, „narod”), različita referiranja na narod, korištenje žargona koji je tehnika privatizacije politike („jataci”, „kumovi Ustavnog suda”, „arče i banče”, „riba” za stanje u društvu) što su periferni, neobvezujući indikatori populizma kao političko-komunikacijskog stila. Ne detektiram antielitizam već antiestablišmentsku retoriku kojom napada HDZ, predsjednika Sabora Gordana Jandrokovića, pravosuđe i dio saborskih zastupnika koji čine parlamentarnu većinu („Saborska žeton-većina”, „HDZ-ovog pravosuđa”, „kumovi Ustavnog suda”). Milanović se identificira s narodom i distancira od elita koristeći metafore i narodne poslovice („Narod kaže da se riba čisti od repa, ali da smrdi od glave. Ovu ćemo očistiti krećući od glave”). Detektiram prozivanje („nedodirljive sudačko pravosudne klike”, „diktatorski ispad predsjednika Sabora”, „kumovi Ustavnog suda”, „HDZ-ovog pravosuđa”, „Saborska žeton-većina”), vrijeđanje (već spomenuto vrijeđanje predsjednika Sabora i „sudačko pravosudne klike”, „U toj uzurpaciji ga je podržala skoro čitava vladajuća većina, a u pomoć su, zlu ne trebalo priskočili i jataci”, „pozivam cijelu javnost da pomno prati kakvu će nagradu od vladajućih dobiti ti jataci, njihova rodbina i svi s njima povezani ljudi. Jeftinim zakonskim smicalicama, u suradnji s kumovima Ustavnog suda, nadljuskim naporima pokušavaju održati zatečeno stanje, stanje loše i neodrživo. Stanje HDZ-ovog pravosuđa u kojem suci arče i banče s ljudima kojima sude.”, „ovo je farsa”), podcjenjivanje („saborska žeton većina”) i nadimke („klika”, „diktatorski ispad”, „jataci”, „kumovi Ustavnog

suda”, „saborska žeton većina”) što su indikatori „ljutog populizma” kojeg koristi s ciljem izjednačavanja s narodom i diskreditacije HDZ-a („*Ovo je farsa. Od nečega treba krenuti. Narod kaže da se riba čisti od repa, ali da smrdi od glave. Ovu ćemo očistiti krećući od glave.*”). U statusu je detektiran jaki „ljuti populizam” gdje je ekspresija ljutnje sredstvo mobilizacije javnosti. Ne ističe manihejsku borbu naroda i elita niti iznosi populističku, dualno metaideologiju u kojem su elite na vrhu, a narod na dnu zbog čega status nije primjer „pravog populizma” („*Nitko ne može biti kažnjen za izrečeno stajalište u Saboru. Ali za korupciju može. Zato pozivam cijelu javnost da pomno prati kakvu će nagradu od vladajućih dobiti ti jataci, njihova rodbina i svi s njima povezani ljudi*”, „*Ja sam za promjene koliko god one male bile*”).

- *Diktatorski ispad predsjednika Sabora. Podržali su ga jataci. Pozivam cijelu javnost kakvu će nagradu od vladajućih dobiti ti jataci. Jeftinim zakonskim smicalicama, u suradnji s kumovima Ustavnog suda. Stanje HDZ-ovog pravosuđa u kojem suci arče i banče s ljudima kojima sude. Saborska žeton-većina neće izbjeći konačno očitovanje. Ovo je farsa. Od nečega treba krenuti. Narod kaže da se riba čisti od repa, ali da smrdi od glave. Ovu ćemo očistiti krećući od glave –19. ožujka 2021.*

U idućim paragrafima analiziram dva statusa:

- *Plenković me još jednom traljavo eskvira.... Do njegova dolaska na čelo HDZ-a, reći nekome u lice da „laže“ bilo je u pravilu, rezervirano za političke marginalce i selske bukače, govor ispod razine političkih prvaka, govor sinova plivača. Bili smo grubi, ali u olimpijskim rukavicama. On i Njonjo ogadili su javni diskurs kao nitko prije u Hrvatskoj. Životinjska farma je jednostavno alegorija. U njoj, doduše, nema psovki. Samo jeziva slutnja jednopartijske države u kojoj je svatko tko misli i govori drugačije tretiran kao smeće i panj – 20. travnja 2021.*
- *Komunistički gojenac opet laže. „Meta“ mi nisu članovi HDZ-a, a kamoli birači, moji sugrađani, već dio licemjerne i pokvarene HDZ-ovske vrhuške i klijentele. Plenković kaže da sam i ja njegov predsjednik. Taj isti Plenković, tupi ponavljač komitetskih frazetina, svom je predsjedniku anemično priprijetio tvrdom kohabitacijom. On stvarno misli da je cijela Hrvatska na razini kritičkog uma Predsjedništva HDZ-a – 12. svibnja 2021.*

U statusu kojeg sam prvog citirao (20. travnja 2021.) nije detektiran populizam, ali jesu indikatori „ljutog populizma” korišteni s ciljem diskreditiranja političkih protivnika. Nema referiranja na narod. Zoran Milanović koristi pojmove nacije-države („*hrvatska Država*”, „*jednopartijska država*”), odnosno, nacionalizma. Na pojmove nacije-države se referira negativno kao dio antiestablišmentske retorike kojom napada premijera Andreja Plenkovića i predsjednika Sabora Gordana Jandrokovića. Koristi žargon koji je tehnika privatizacije politike („*smeće i panj*”). U statusu se izjednačava s političkom elitom i sebe prikazuje kao dio nje („*Bili smo grubi, ali u olimpijskim rukavicama*”). U drugom dijelu statusa odvaja političku elitu od premijera i predsjednika Sabora što je dio antiestablišmentske retorike Zorana Milanovića („*On i Njonjo ogadili su javni diskurs kao nitko prije u hrvatskoj Državi*”). Time Zoran Milanović radi distinkciju između vladajućeg HDZ-a i „starog” HDZ-a („*Do njegova dolaska na čelo HDZ-a, reći nekome u lice da „laže“ bilo je u pravilu, rezervirano za političke marginalce i selske bukače, govor ispod razine političkih prvaka, govor sinova plivača*”). Detektiran je indikator elitizma („*Bili smo grubi, ali u olimpijskim rukavicama*”). Antiestablišmentska retorika je detektirana u prozivanju premijera i neizravnom prozivanju predsjednika Sabora („*Do njegovog dolaska na čelo HDZ-a*”, „*Samo jeziva slutnja jednopartijske države u kojoj je svatko tko misli i govori drugačije treniran kao smeće i panj*”). Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („*Plenković*”), nadimke („*Njonjo*”), vrijeđanje („*ogadili su javni diskurs*”, „*smeće i panj*”), podcjenjivanje („*traljavo me eskivira*”) i aksripcija straha („*jeziva slutnja*”) prema Andreju Plenkoviću i Gordanu Jandrokoviću.

U statusu koji je citiran u drugom paragrafu (12. svibnja 2021.) detektiram jaki „ljuti populizam”.

Detektiram različita referiranja na narod („*birači*”, „*moji sugrađani*”, „*cijela Hrvatska*”), korištenje pojmova nacije-države („*Hrvatska*”) i pojmove koji se povezuju s centrističkim populizmom („*birači, moji sugrađani*”, vidi u: Grbeša, Šalaj, 2017). Referiranje na narod je neutralno i pozitivno. Detektiran je indikator privatizacija politike upotrebom žargona („*komunistički gojenac*”, „*tupi ponavljač komitetskih frazetina*”). Izravno napada predsjedništvo HDZ-a, ne i cijeli HDZ kao u statusu citiranom u paragrafu iznad ovog statusa (20. travnja 2021.) u kojem također radi razliku između „starog” i „novog HDZ”. Zoran Milanović ovakvom retorikom razlikuje vladajući establišment („*HDZ-ovske vrhuške i klijentele*”, „*On stvarno misli*

da je cijela Hrvatska na razini kritičkog uma Predsjedništva HDZ-a”) od članova HDZ-a („Meta“ mi nisu članovi HDZ-a, a kamoli birači, moji sugrađani”) pri čemu članove HDZ-a ne identificira s narodom. Detektiram indikatore ljutog populizma kao što su prozivanje („Plenković”, „HDZ-ovske vrhuške i klijentele”), vrijeđanje („dio licemjerne i pokvarene HDZ-ovske vrhuške i klijentele”, „tupi ponavljač komitetskih frazetina”), podcjenjivanje („Taj isti Plenković, tupi ponavljač komitetskih frazetina, svom je predsjedniku anemično pripremio tvrdom kohabitacijom. On stvarno misli da je cijela Hrvatska na razini kritičkog uma Predsjedništva HDZ-a”) i nadimci („komunistički gojenac”, „tupi ponavljač komitetskih frazetina”, „anemično pripremio”). „Ljuti populizam” koristi kako bi se identificirao s narodom („moji sugrađani”, „cijela Hrvatska”) te izdvojio članove od predsjedništva HDZ-a koje želi diskreditirati antiestablišmentskom retorikom. U statusu nije detektiran „pravi” populizam koji poziva na manihejsku borbu naroda protiv elita ne bi li se vratila moć narodu, već je riječ o populizmu kao političko-komunikacijskom stilu koji ima za cilj mobilizaciju javnosti uz zadržavanje pluralističkog pogleda na svijet. Nema dualnog, populističkog pogleda na svijet u kojem je homogen narod na dnu, a homogene elite na vrhu.

Jedan od statusa u kojima Zoran Milanović koristi antiestablišmentsku retoriku koja nije usmjerena prema HDZ-u je status 07. veljače 2021. U statusu se Milanović negativno referira na narod koristeći sarkazam kako bi iznio kritiku udruge za promicanje rodne ravnopravnosti „B.a.B.e.” („Ja provodim ono o čemu drugi samo galame. Ne ono što je dnevno-politički isplativo i to po tzv. anketama „misli većina”). Koristi termin nacije-države („Hrvatska”) i manihejsku borbu „Mi – oni” ne bi li se izjednačio s narodom („Ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga”). Zoran Milanović se distancira od establišmenta („Ja provodim ono o čemu drugi samo galame”, „Ne ono što takozvanim anketama „misli većina”, „ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga”). Antiestablišmentska retorika je usmjerena prema neprofitnim udrugama koje su dio vladajućeg establišmenta („Ja provodim ono o čemu drugi samo galame. Ne ono što je dnevno-politički isplativo i to po tzv. anketama „misli većina”. Ne znam kakvu to „laboratorijsku edukaciju“ treba proći kako bi se bez razmišljanja pljeskalo svemu što B.a.B.e. kažu... Ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga”). Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („B.a.B.e.”), podcjenjivanje („osude zbog tog što imam stav su stigle ovog puta od

*udruge i neduhovitog akronima B.A.B.E., „njihove holivudske reakcije neće riješiti problem spolnog uznemiravanja u Hrvatskoj. Ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga”*) i askripciju ljutnje (*„ja provodim ono o čemu drugi samo galame”*) kojom se nastoji identificirati s narodom (*„Ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga.”*) i pridobiti javno mnijenje. Ovaj status je primjer „ljutog populizma” ali ne i „pravog populizma” jer zadržava pluralistički pogled na svijet bez namjere pozivanja na borbu, već isključivo mobilizacije javnosti i pridobivanja naklonosti. Unatoč tome, u statusu su detektirani indikatori agresivne komunikacije Zorana Milanovića koju su istraživači detektirali u političkoj komunikaciji Zorana Milanovića dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske.

- *Osude zbog tog što imam stav su stigle ovog puta od udruge i neduhovitog akronima B.A.B.E. Ja provodim ono o čemu drugi samo galame. Ne ono što je dnevnopolitički isplativo i što po tzv. anketama „misli većina“. Ono što nam ne treba su dogme isključivih udruga – 07. veljače 2021.*

Izdvajam status 19. svibnja 2022. jer je u statusu detektiran indikator antiglobalizacijskog populizma. To je indikator ”opasni drugi”. U ovom statusu detektiram NATO kao „opasne druge”. Status obiluje indikatorima ljutog populizma, ekspresije ljutnje i pojmova nacije države (*„Hrvatska”, „hrvatski interesi”, „hrvatski državni interesi”*), no bez referiranja na narod. Cilj ovakve komunikacije je mobilizacija javnosti. Detektirani su indikatori upotreba praznih označitelja (*„izdaja”*), žargona kao tehnike privatizacije politike (*„mokri briselski snovi”, „ne pokušava i Hrvatskoj zalijepiti flaster na usta i staviti povez na oči”, „odnarođeni lažov”, „dvorska luda”*) kako bi se Zoran Milanović prikazao kao „običan građanin”, „čovjek iz naroda”. Zoran Milanović u statusu koristi antiestablišmentsku retoriku kojom napada premijera Andreja Plenkovića i ministra vanjskih i europskih poslova Gordana Grlića Radmana i „opasne druge” (*„partneri u NATO-u”*). Oni su zajedno vladajući establišment (*„bilo bi me briga za njegovu zaslijepljenost karijerom da taj samodopadni varalica ne pokušava i Hrvatskoj zalijepiti flaster na usta i staviti povez na oči. Kako ne bismo vidjeli njegovu izdajničku politiku. Jednako kao što i drugi hrvatski politički slijepci.... Ne jednom, Grlić Radman, taj odnarođeni lažov pokazao je da mu hrvatski interesi nisu važni”*). Distancira se od političkog establišmenta (*„još jedna dvorska luda iz Plenkovićeve ostave pokvarene robe, Grlić Radman pokazuju svo razumijevanje svijeta. Jednako kao što i drugi hrvatski politički slijepci. To su ti*

*gigantski koraci kako reče Plenković, a oni su jedino u smjeru izdaje hrvatskih državnih interesa i još u hitriji u dokazivanju svog poltronstva*”). U statusu detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („*Plenković*”, „*partneri u NATO*”, „*Grlić Radman*”), vrijeđanje („*Požalio se danas Plenković, valjda sad uplašen za sudbinu svojih mokrih briselskih snova i želja*”, „*Taj vječni diplomat i vječni aspirant na briselske fotelje*”, „*samodopadni varalica*”, „*izdajnička politika*” „*dvorska luda iz Plenkovićeve ostave pokvarene robe, Grlić Radman*”, „*hrvatski politički slijepci*”, „*odnarođeni lažov*”, „*dokazivanje poltronstva*”), podcjenjivanje („*Plenkovićev je problem što ne gleda svojim očima*”) i nadimke („*mokrih briselskih snova i želja*”, „*samodopadni varalica*”, „*dvorska luda iz Plenkovićeve ostave pokvarene robe*”, „*odnarođeni lažov*”, „*poltronstvo*”). Ekpresijom ljutnje iznosi antiestablišmentsku retoriku dok upotrebom nacionalizma nastoji mobilizirati javnost. No, bez referiranja ili izjednačavanja s narodom.

- *Požalio se danas Plenković, valjda sad uplašen za sudbinu svojih mokrih briselskih snova i želja, da ga partneri u NATO gledaju „čudno“. Taj vječni diplomat i vječni aspirant na briselske fotelje... Taj samodopadni varalica pokušava i Hrvatskoj zalijepiti flaster na usta i staviti povez na oči. još jedna dvorska luda iz Plenkovićeve ostave pokvarene robe, Grlić Radman.... Jednako kao što i drugi hrvatski politički slijepci.... Ne jednom, Grlić Radman, taj ondarodeni lažov pokazao je da mu hrvatski interesi nisu važni. To su ti gigantski koraci kako reče Plenković, a oni su jedino u smjeru izdaje hrvatskih državnih interesa i još u hitriji u dokazivanju svog poltronstva – 19. svibnja 2022.*

U statusu 28.ožujka 2021. detektiram indikatore ekspresije ljutnje i indikatore „Zoranizama”, odnosno, indikatore političke komunikacije koje su istraživači operacionalizirali dok je Zoran Milanović bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske. Referiranje na narod je neutralno („*javnost*”). Koristi žargon kao tehniku privatizacije politike („*jataci*”, „*lopino*”) što su elementi populizma kao političko-komunikacijskog stila. Detektirani su indikatori „ljutog populizma”: prozivanje („*Saćić*”, „*Zekanović*”, „*Karamarovog falsifikatora Franje Varge*”, „*USKOK*”, „*Puhovski*”, „*Šeks*”, „*Pupovčev podrep Dejan Jović*”), vrijeđa („*Milorad je falsificirao našu korespondenciju u radionici Karamarkovog falsifikatora Franje Varge*”, „*objavi lopino*”, „*USKOK pod paskom Mićinih principala*”, „*Udbaški drucker Puhovski*”, „*Pupovčev podrep Dejan Jović me prljavo denuncira*”),



podcjenjivanje („uplakani ustavobranitelju”, „Napadate crnu mantiju Ustavnog suda”) i nadimci („Njonje”, „anemični stisak”, „magnovenje”, „paskom Mićinih principala”, „udbaški drucker”, „Čingi Lingi Superhik Sova Šeks”, „Pupovčev poderp”). Zoran Milanović ekspresijom ljutnje kritizira vladajući establišment, distancira se od njih, nastoji mobilizirati javnost, ali se ne izjednačava s narodom na kojeg se neutralno referira. Napada saborske zastupnike, članove HDZ-a, saborskog zastupnika srpske nacionalne manjine Milorada Pupovce, ustavni suce, pravosuđe, novinare i sveučilišnog profesora. Ovaj je status primjer ekskluzivnog i agresivnog komuniciranja, ali ujedno i iskrenog i antipopulističkog političkog komuniciranja kojeg su istraživači detektirali u političkoj komunikaciji Zorana Milanovića dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske.

- *Ti, Sačić, Zekanović za apsolutne ovlasti Njone. Milorad je i falsificirao našu korespondenciju kao u radionici Karamarkovog falsifikatora Franje Varge. Objavi lopino. Godinama je tebi, uplakani ustavobranitelju, taj anemični stisak drag i mio. Pozvao sam javnost da prati kakvu će nagradu od vladajućih dobiti ti jataci. Može li se u nekom magnovenju govoriti o prisitku, ako je notorno da se USKOK nalazi pod paskom Mićinih principala. Napadate crnu mantiju Ustavnog suda... nećete se zamantijat, niste ni prije. Udbaški drucker Puhovski i Čingi Lingi Superhik Sova Šeks“ Pupovčev podrep Dejan Jović me prljavo denuncira da sam lider Srba u Hrvatskoj – 28.ožujka 2021.*

#### 4.3. POPULIZAM U PREDIZBORNOJ KAMPANJI U TELEVIZIJSKIM IZJAVAMA

U sve četiri analizirane izjave za medije koje je prenijela televizija u predizbornoj kampanji detektiram korištenje ljutog populizma. U jednakom broju izjava detektiram jaki „ljuti populizam” i blagi „ljuti” populizam, odnosno populizam s malim brojem perifernih, neobvezujućih i opisnih indikatora. Jedan je ruban slučaj populizma. U tri izjave Zoran Milanović koristi pojmove nacije-države, odnosno, nacionalizma kako bi se referirao na narod. Referiranje je neutralno i u istom broju izjava izravno i neizravno. U izjavi 10. prosinca 2019. Zoran Milanović se izjednačava s narodom korištenjem ekspresije ljutnje. Koristi antiestablišmentsku retoriku prema HDZ-u u svim izjavama, premijeru Andreju Plenkoviću (8. rujna 2019. i 10. prosinca 2019.) i protukandidatkinji Kolindi Grabart Kitarović u dvije izjave (neizravno 8. rujna 2019. i izravno 20. prosinca 2019.) i Milanu Bandiću u izjavi 20. prosina 2019. Prikazuje se kao profesionalni političar u pola izjava (8. rujna 2019. i 10. prosinca 2019.) što je potvrda kako se populizam Zorana Milanovića zadržava na političko-komunikacijskom stilu. U izjavi 10.-og prosinca 2019. u kojoj se prikazuje kao profesionalni političar se distancira od vladajućeg establišmenta. U izjavi 29. rujna 2019. Milanović detektiram indikatore zazivanja izravnu demokraciju. U istoj izjavi priznaje korištenje populizma kao političko-komunikacijskog stila što je potvrda kako Zoran Milanović ne koristi „pravi” populizam, odnosno, populističku meta-ideologiju, dualan pogled na društvo (narod na dnu, elite na vrhu) i ne poziva na manihejsku borba naroda i elita s ciljem vraćanja moći narodu, već koristi populizam kao političko-komunikacijski stil kako bi mobilizirao birače. U izjavi 10. prosinca 2019. detektiram indikatore antisistemske retorike i predstavljanje sebe kao političara socijaldemokratskih uvjerenja. „Ljuti populizam” u više izjava koristi radi diskreditacije protivnika nego izjednačavanja s narodom. Populizam kao političko-komunikacijski stil koristi radi mobilizacije birača i diskreditacije HDZ-a.

Izjava za medije koju prenosi televizija, a koju izdvajam u radu je izjava 29. rujna 2019. kada Zoran Milanović daje intervju u emisiji „TNT“ na N1 televiziji. Zoran Milanović se neutralno referira na narod, koristi različita referiranja što uključuje pojmove nacija-država („građani”, „narod”, „Hrvatska”) izravno referiranje („najvažnija mi je potpora građana i naroda”), neizravno zaziva izravnu

demokraciju („*Najvažnija mi je potpora građana i naroda*”) i koristi žargon koji je tehnika privatizacije politike („*cirkus*”, „*loša reality komedija*”, „*Kad god je HDZ držao sve poluge u državi*”, „*otvara vrata raja, otvara vrata pandemoniji*”, „*ruši atlase*”) što su indikatori populizma kao političko-komunikacijskog stila. Ne koristi antielitizam nego antiestablišmentsku retoriku usmjerenu prema HDZ-u („*HDZ ima monopol vlasti, paravlasti, duboke države*”, „*kad god je HDZ držao sve poluge u državi, Hrvatskoj nije bilo dobro*”). Ne distancira se od elita („*stranke su važne, jer nitko ne želi biti sam, usamljen i to su stranke koje zagovaraju i provode politiku koja je meni vrlo bliska*”) što nije element populizma. U izjavi detektiram indikatore „*ljutog populizma*”: prozivanje HDZ-a, vrijeđanje („*Ovo je za mene degradacija uloge, nazvao bih to cirkusom, kad ne bih imao respekta za cirkus*”), podcjenjivanje („*Ovo je jedna loša reality komedija i to treba dokinuti. Kad god je HDZ držao sve poluge u državi, Hrvatskoj nije bilo dobro. To sve pokazuje da članstvo u jednoj stranci otvara vrata raja, otvara vrata pandemoniji, ruši atlase, sve*”) i upotrebu nadimaka („*cirkus*”, „*loša reality komedija*”, „*članstvo u jednoj stranci otvara vrata raja, otvara vrata pandemoniji, ruši atlase, sve*”). Jaki „*ljuti populizam*” s indikatorima nacionalizma i izravnog pozivanja na narod. Za vrijeme intervjua Zoran Milanović izjavljuje kako koristi populizam kao političko-komunikacijski stil. Ekspresija ljutnje ima za cilj diskreditaciju HDZ-a.

- *Najvažnija mi je potpora građana i naroda, da to populistički kažem, ali stranke su važne. U Hrvatskoj je najveći problem što HDZ ima monopol vlasti, paravlasti, duboke države i to je za Hrvatsku jako štetno. Ovo je za mene degradacija uloge, nazvao bih to cirkusom, kad ne bih imao respekta za cirkus. Ovo je jedna loša reality komedija. Kad god je HDZ držao sve poluge u državi, Hrvatskoj nije bilo dobro. To sve pokazuje da članstvo u jednoj stranci otvara vrata raja, otvara vrata pandemoniji, ruši atlase, sve* - 29. rujna 2019.

U izjavi 10. prosinca 2019. detektiram neutralno referiranje na narod i korištenje različitih referiranja na narod („*zemlja*”, „*mi*”, „*sistem*”, „*građani*”, „*hrvatski narod*”). Zoran Milanović se izravno referira na narod, koristi pojmove nacije-države. Detektiram indikatore upotreba praznih označitelja („*utjecaj*”) i žargona kao tehnike privatizacije politike („*jaram*”, „*zlostavljač hrvatskog naroda*”) što su periferna, nedefinirajuća obilježja jakog populizma kao političko-komunikacijskog stila. U izjavi detektiram indikatore nacionalizma. U izjavi se

distancira od elita („*mi pod tim ljudima poput Plenkovića patimo*”) i sebe prikazuje kao profesionalnog političara socijaldemokratskih uvjerenja („*Ja sam socijaldemokrat, vodio sam tu stranku gotovo deset godina, završio sam mandat kao premijer aktivnim udarom na banke*”) što nije obilježje „pravog populizma”, već antiestablišmentske retorike kojoj je cilj diskreditacija protivnika, odnosno, HDZ-a. Uz antiestablišmentsku retoriku prema HDZ-u („*moj je cilj osloboditi zemlju od jarma HDZ-a*”, „*Mi pod tim ljudima poput Plenkovića patimo*”) u izjavi detektiram indikatore antisistemske retorike („*vidim koliko je sistem moguće kompromitirati i tko na njega može imati utjecaja. A to je HDZ*”). Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („*HDZ*”, „*Plenković*”), vrijeđanje („*oni već mjesecima odbijaju da se izborni zakon izmijeni*”, „*HDZ, zlostavljač hrvatskog naroda*”), podcjenjivanje (za Miroslava Škoru i Kolindu Grabar Kitarović je rekao da je to „*borba i sraz dvoje HDZ-ovih kandidata.*”) i upotrebu nadimaka („*jaram*”). Jaki „ljuti” populizam s indikatorima nacionalizma, antiestablišmentske retorike s ciljem diskreditacije HDZ-a i indikatorima antisistemske retorike. Koristi ekspresiju ljutnje i manihejski odnos „Mi- oni” s ciljem izjednačavanja s narodom („*mi pod tim ljudima poput Plenkovića patimo*”). Ekspresiju ljutnje s manihejskim odnosom „Ja protiv njih” koristi kako bi diskreditirao HDZ s ciljem mobilizacije birača („*Zato upozoravam građane da oni već mjesecima odbijaju izmjenu izbornog zakona.*”). Sebe predstavlja kao osobu socijaldemokratskih političkih uvjerenja („*Ja sam socijaldemokrat, vodio sam tu stranku gotovo deset godina, završio sam mandat kao premijer aktivnim udarom na banke. Je li to lijeva politika?*”). Jaki „ljuti populizam” i antiestablišmentska retorika uz detektirane periferne indikatore antielitizma.

- *Moj je cilj osloboditi zemlju od jarma HDZ-a. Mi pod tim ljudima poput Plenkovića patimo. Vodio sam tu stranku gotovo deset godina, završio sam mandat kao premijer aktivnim udarom na banke. Je li to lijeva politika? Bavio sam se državnim poslovima, ali sada vidim koliko je sistem moguće kompromitirati. A to je HDZ. Zato upozoravam građane da oni već mjesecima odbijaju izmjenu izbornog zakona. Čak i kod HDZ-a, zlostavljača hrvatskog naroda bi trebalo doći do promjene predsjednika stranke – 10. prosinca 2019.*

U izjavi osmog rujna Milanović se neutralno referira na narod. Detektiram različita referiranja na narod („*zemlja*”, „*ljudi*”). Referiranje na narod je izravno. Detektiram indikator korištenje praznih označitelja („*iskustvo*”, „*znanje*”, „*izdaja*”).

Zoran Milanović predstavlja sebe kao političkog profesionalca („*Želja, strast i odluka da dam ono što imam, iskustvo, znanje i dobra namjera*”). U izjavi detektiram antiestablišmentsku retoriku kojom Zoran Milanović izravno diskreditira HDZi predsjednika Vlade Andreja Plenkovića te neizravno tadašnju predsjednicu i protukandidatkinju Kolindu Grabar Kitarović. Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje premijera Andreja Plenkovića i HDZ, vrijeđanje („*Njeno ponašanje tijekom migrantske krize dok je on bio premijer ima elemente izdaje*”) i podcjenjivanje („*Plenković nema veze s HDZ-om, bolje mu je da šuti*”). Populizam detektiran u izjavi nije jak s obzirom na količinu detektiranih perifernih, nedefinirajućih indikatora. Nije „pravi” populizam jer u izjavi Zorana Milanović ne detektiram dualan pogled na društvo (narod na dnu, elite na vrhu), poziv na manihejsku borbu naroda protiv elita, prikazivanje sebe kao političara koji dolazi „iz naroda”. U izjavi se Zoran Milanović izdvaja od njega („*ljudi moraju shvatiti*”). „Ljuti populizam” koristi kako bi mobilizirao birače. Zadržava se na razini stila iako su detektirani periferni indikatori antielitizma.

- *Želja strast i odluka da dam ono što imam, iskustvo, znanje i dobra namjera. Stanje u zemlji nije dobro i zato sam se odlučio priključiti utrci. Plenković nema veze s HDZ-om, bolje mu je da šuti. Ponašanje predsjednice tijekom migrantske krize dok je on bio premijer ima elemente izdaje. Jako je bitno da ljudi shvate kako ih se vuče za nos* – osmi rujan 2019.

U izjavi 20. prosinca Milanović se neutralno i neizravno referira na narod koristeći pojmove nacije-države („*modernoj Hrvatskoj*”). Detektiram upotrebu žargona kao tehnike privatizacije politike („*lopovi*”, „*nesveto trojstvo*”, „*zlostavljaju hrvatski javni prostor*”). Zoran Milanović koristi antiestablišmentsku retoriku kojom diskreditira vladajući establišment koji, po njemu, čine: HDZ, Kolinda Grabar Kitarović i Milan Bandić. Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje (spomenuto u prethodnoj rečenici), vrijeđanje („*To je nesveto trojstvo hrvatskog javnog života i politike. To su ljudi koji zlostavljaju hrvatski javni prostor zadnjih 5, 20 ili u slučaju HDZ-a 30 godina*”), podcjenjivanje („*Sve što je loše u modernoj Hrvatskoj može se dovesti u vezi s HDZ-om*”) i upotreba nadimaka („*nesveto trojstvo*”). „Ljuti populizam” s detektiranim indikatorima nacionalizma (pojmovi nacija-država). S obzirom na količinu detektiranih indikatora zaključujem kako je ova izjava primjer slabog, čak i rubnog slučaja populizma. Drugi zaključak se odnosi na

korištenje „ljutog populizma” u ovoj izjavi: Zoran Milanović koristi ekspresiju ljutnje kako bi diskreditirao političke protivnike na koje se antiestablišmentska retorika odnosi. Cilj takve političke komunikacije je pridobivanje glasova i mobilizacije birača.

*- Tko to radi, tko se služi takvim sredstvima? Lopovi: HDZ, Kolinda Grabar Kitarović i Milan Bandić. To je nesveto trojstvo hrvatskog javnog života i politike. To su ljudi koji zlostavljaju hrvatski javni prostor zadnjih 5, 20 ili u slučaju HDZ-a 30 godina. Sve što je loše u modernoj Hrvatskoj može se dovesti u vezi s HDZ-om. Nisam čuo da je itko okrivio SDP ili IDS za tako nešto? Jedino HDZ - 20. prosinca 2019.*

#### 4.4 POPULIZAM U PREDSJEDNIČKOM MANDATU U TELEVIZIJSKIM IZJAVAMA

U većini analiziranih izjava za medije koje je prenijela televizije nakon što je Zoran Milanović postao predsjednikom detektiram populizam kao političko-komunikacijski stil i „ljuti populizam” kao podvrstu populizma kao političko-komunikacijskog stila. Zoran Milanović isključivo koristi „ljuti populizam”. U svim izjavama u kojima je detektiran populizam kao političko-komunikacijski stil detektiram „ljuti populizam”. Populizam kao ideologija, odnosno kao metaideologija nije detektiran. Zoran Milanović koristi jaki i slabi populizam u skoro pa jednom broju izjava. Neodređujući, periferni indikatori populizma kao političko-komunikacijskog stila koje detektiram u najvećem broju izjava su različita referiranja na pojam narod, prazni označitelji i upotreba žargona kao tehnike privatizacije politike. Spomenuti indikatori su obilježja jakog „ljutog populizma” kojeg Zoran Milanović koristi. U izjavama 8. ožujka 2021., 28. travnja 2021., 5. svibnja 2021. i 16. studenog 2021. detektiram korištenje pojma „građani” u svrhu referiranja na narod što je obilježje centrističkog populizma. U izjavama 31. ožujka 2021., 24. lipnja 2021. i 2. studenog 2021. koristi „ljuti populizam” i pojmove nacije-države s ciljem referiranja na narod što je indikator nacionalizma. Češće se poziva na narod izravno nego neizravno. U izjavama 31. ožujka 2021., 2. studenog 2021., 24. lipnja 2021. i 7. prosinca 2021. Zoran Milanović se izravno i neizravno poziva na narod. Referiranje na narod je neutralno, osim u izjavi 2. studenog 2021. kada se negativno referira na narod koristeći sarkazam ne bi li diskreditirao vladajući establišment koji je za Zorana Milanovića stranka HDZ. Rijetko koristi različitira referiranja na pojam narod.

Zoran Milanović često koristi žargon kao tehniku privatizacije politike. U gotovo svim izjavama je ovaj indikator detektiran. Zoran Milanović koristi narodne poslovice, psovke, metafore, usporedbe kojima proziva, podcjenjuje ili vrijeđa. U izjavama Zorana Milanovića je često detektiran indikator upotreba praznih označitelja. Najčešće koristi pojam „iskustvo” s ciljem predstavljanja sebe kao profesionalnog političara. Ne distancira se od političkih elita. Ostali detektirani prazni označitelji su „hrabrost”, „povjerenje”, „dužnost” i „promjena”. Jednom koristi nacionalni označitelj („*nacionalna sigurnost*”) u izjavi 2. prosinca 2021. U dvije od tri izjave u kojima detektiram upotrebu praznih označitelja „iskustvo” i predstavlja sebe kao

profesionalnog političara Zoran Milanović se odvaja od političkog establišmenta koji za njega predstavlja stranka HDZ (8. ožujak 2021. i 30. ožujak 2021. kada izjavljuje „*imam puno veće iskustvo nego neki šmokljani. Ovdje su bili hrabri ljudi, nitko iz izvršne vlasti. Tamo su papčine*”). U izjavi 26. rujna 2020. to ne čini („*Ovakvo iskustvo nema nitko*”). U izjavi 8. ožujka 2021. identificira se s političkom elitom, ali retorikom manihejske borbe „*ja protiv njih*” distancira se od političkog establišmenta koji za njega, indirektno, predstavlja HDZ.

Indikator distanciranje od elita detektiram u jednakom broju izjava. U jednoj izjavi Zoran Milanović koristi vladajući establišment, odnosno HDZ kao personifikaciju svih političkih elita. U izjavi sedmog prosinca 2021. Zoran Milanović homogenu političku elitu vidi u političkoj eliti iz Bosne i Hercegovine i Hrvatske. Političke elite u Hrvatskoj personificira saborski zastupnik Milorad Pupovac čime Zoran Milanović implicira i neizravno diskreditira HDZ. U izjavama 28. travnja 2021. i 16. studenog 2021. Zoran Milanović se pozitivno referira i zaziva izravnu demokraciju (28. travnja 2021. i 16. studenog 2021.: „*Ono malo povjerenja u institucije razbijeno je kao kineska vaza. Što oni nemaju dužnost odgovaranja pred građanima?*”). U izjavi 26. rujna 2020. Zoran Milanović se negativno referira prema izravnoj demokraciji i koristi antipopulističku retoriku („*Tražio sam da se institut pomilovanja ukine, to je prevelika ovlast*”). U par izjava koristi retoriku manihejskog odnosa „Mi – oni”, ponekad u svrhu izjednačavanja s narodom („*Oni imaju svoju priču i svoju politiku, mi se razlikujemo*“ - 31. ožujka 2021.). Jednom koristi retoriku manihejskog odnosa „Mi - oni” radi diskreditacije protivnika („*Pravosuđe se ne može reformirati jer je Šeksovo i Plenkovićevo, HDZ-ovo. Ovo nije vladavina prava. Ribu ćemo čistiti od glave.*“ - 30. ožujak 2021.). U više izjava (8. ožujak 2021., 2. studenog 2021., 7. prosinac 2021. i 25. veljače 2021.) detektiram korištenje retorike manihejske borbe „Ja protiv njih” uz korištenje „ljutog populizma”.

U niti jednoj izjavi nije detektiran antielitizam. U svakoj izjavi detektiram korištenje antiestablišmentske retorike radi diskreditacije protivnika što je za Zorana Milanovića HDZ. Pri tome, za razliku od stranke Most (vidi u: Grbeša, Šalaj, 2017), za Zorana Milanovića je HDZ jedina politička stranka koja predstavlja politički establišment, ali ne i SDP kao i u slučaju Mosta kao jedine stranke koja je, uz HDZ, obnašala vlast u državi. U većini izjava antiestablišmentskom retorikom diskreditira pravosuđe, premijera Andreja Plenkovića, u nešto manjem broju izjava ministra



obrane Marija Banožića, člana HDZ-a Vladimira Šeksa i ministra vanjskih i europskih poslova Gordana Grlića Radmana preko kojih, izravno ili neizravno, diskreditira HDZ. Jednom diskreditira političkog analitičara Žarka Puhovskog. Izravno diskreditira HDZ u dvije izjave („*Pravosuđe se ne može reformirati jer je Šeksovo i Plenkovićevo, HDZ-ovo*” - 30. ožujak 2021.; 8. ožujka 2021.). U izjavi 5. svibnja 2022. detektiram indikatore prosvjedne politike što je iznimka, a ne pravilo u analiziranim Facebook statusima i izjavama za medije koje je prenijela televizija. U svim izjavama detektiram indikatore „ljutog populizma” (prozivanje, vrijeđanje, prozivanje, korištenje nadimaka i askripcija). U tri izjave detektiram indikatore „Zoranizama”, odnosno, indikatore političke komunikacije Zorana Milanovića dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske (izjavu 31. ožujka 2021. analiziram u idućem odlomku i izjava 30.-og ožujka 2021: „*Pupovac (malo jaganjče) je zaštićeniji od pandi u njuroškom zoološkom vrtu...(..) Plenković je terminalno nesposoban, štetočina...(..) Tamo su papčine*”). U izjavama 26. rujna 2020., 8. ožujka 2021. i 30. ožujka 2021. sebe predstavlja kao profesionalnog političara što nije indikator antielitizma koji je jezgri indikator populizma kao ideologije.

U objavi 31. ožujka 2021. Milanović se neutralno referira na narod. Detektiram elemente jakog populizma kao političko-komunikacijskog stila: izravno i različito referiranje na narod („*zemlja*”, „*Hrvatska*”) i izjednačavanje s narodom („*mi*”), korištenje pojmova nacije-države („*Hrvatska*”) i upotrebu žargona kao tehnike privatizacije politike („*međedi*”, „*ja sam orao, on je nilski konj*”, „*kosovsko-udbaško spika*”, „*smrdljiva ribetina*”). Nije detektiran antielitizam, već antiestablišmentska retorika kojom diskreditira pravosuđe, premijera Andreja Plenkovića i članove HDZ-a što ostvaruje, između ostalog, upotrebom metafora („*međedi*”). Distancira se od političke elite („*suci su izabrani politički, mi ni ne znamo tko su ti ljudi*”, „*oni imaju svoju priču i svoju politiku, mi se razlikujemo*”). Detektirani su indikatori „ljutog populizma”: prozivanje („*Plenković*”, „*Pupovac*”, „*Vrhovni sud*”, „*suci*”), vrijeđanje („*Njegova kosovsko-udbaška 'spika*”, „*Htio sam da krenemo čistiti smrdljivu ribetinu, ali Plenković ne da*”, „*Izbor za Vrhovni sud je farsa*”, „*Neka Pupovac razmišlja o penziji*”), podcjenjivanje („*međedi*”, „*ja sam orao, a on je nilski konj. Papa lopoče, ali ima opaku narav. Nilski konj je opasniji od hijene. Ja sam sokol*”) i upotreba nadimaka („*međedi*”, „*nilski konj*”, „*sokol*”, „*orao*”, „*kosovsko-udbaška spika*”, „*gangrenozna kost*”, „*smrdljiva ribetina*”, „*farsa*”, „*konkubine*”). Detektiram

korištenje prijetnji („*Neka Pupovac razmišlja o penziji*”) što je indikator „Zoranizama”, odnosno, političke komunikacije Zorana Milanovića dok je bio predsjednik Socijaldemokratske partije Hrvatske. Takvu komunikaciju znanstvenici opisuju kao sarkastičnu, podrugljivu, agresivnu, svađalačku, isključivo, ali ujedno i iskrenu i antipopulističku. U izjavi detektiram „ljuti populizam”, retoriku manihejskog odnosa „Mi – oni”. Ekspresiju ljutnje Zoran Milanović u izjavi koristi s ciljem izjednačavanja s narodom. Na narod gleda nacionalistički, a ne populistički (elite na vrhu, narod na dnu) što detektiram indikatorom upotreba pojmova nacije-države. To je potvrda kako populizam Zorana Milanovića nije „pravi” populizam jer ne koristi populističku metaideologiju u kreiranju naroda (elite na vrhu, narod na dnu), ne poziva na borbu i povratak moći narodu već i dalje zadržava pluralistički pogled na svijet.

- *Vjerojatno su u strahu da 'međedi' ne pokupe koronu. Nije sabotirao mene, sabotirao je Hrvatsku. Ovaj je protokol nezdrav za zemlju. Nismo isti ekosistem, ja sam orao, a on je nilski konj. Papa lopoče, ali ima opak narav. Nilski konj je opasniji od hijene. Ja sam sokol. Njegova kosovsko-udbaška 'spika... – o izboru za predsjednicu Vrhovnog suda. To je laž. Nije mi bacio rukavicu, već gangrenoznu kost, tu sve smrdi. Htio sam da krenemo čistiti smrdljivu ribetinu, ali Plenković ne da. Izbor za Vrhovni sud je farsa.. obući ćemo perike i štikle, a zapravo smo konkubine. Suci su izabrani politički, mi ni ne znamo tko su ti ljudi. Neka Pupovac razmišlja o penziji. Oni imaju svoju priču i svoju politiku, mi se razlikujemo – 31. ožujka 2021.*

U izjavi 08. ožujka 2021. Milanović koristi populizam kao političko-komunikacijski stil. Detektiram neutraln, izravno i centrističko referiranje na narod upotrebom pojma „građani”. Koristi prazni označitelj („iskustvo”) s ciljem prikazivanja sebe profesionalnog političara pri čemu se ne distancira se od političkih elita („*S obzirom na svoje iskustvo, ja to sve znam i vidim*”). Detektiram korištenje retorike manihejske borbe „*ja protiv njih*” s ciljem diskreditacije političkog establišmenta kojeg za Zorana Milanovića čini HDZ („*Oni bi se pred lokalne izbore htjeli mlatiti sa mnom*”, „*ja sam jedan, a njih je sto*”). Koristi žargon kao tehniku privatizacije politike („*mlatili*”, „*navio svoje vrtne patuljke*”, „*stranački privatluk*”). Zbog količine detektiranih indikatora zaključujem kako Zoran Milanović koristi jaki populizam kao političko-komunikacijski stil. Antiestablišmentskom retorikom izravno diskreditira pravosuđe („*Odluka na Ustavnom sudu se dogovara između Šeksa i*

*njegovog vjenčanog kuma Šeparovića*”, „*Sudovi i odluke su čisti stranački privatluk. S odlukama se izlazi kad odgovara HDZ-u*”, „*Gogo tumači Ustav kao Vegetin recept*”), Vladimira Šeksa, neizravno premijera Andreja Plenkovića („*On je već navio svoje vrtne patuljke koji govore u njegovo ime*”) i predsjednika Sabora Gordana Jandrokovića („*Gogo*”) čime diskreditira HDZ. Detektiram indikatore ljutog populizma: prozivanje (navedeno u prethodnoj rečenici), vrijeđanje („*HDZ želi trgovati s odlukom suca ili sutkinje*”, „*Odluka na Ustavnom sudu se dogovara između Šeksa i njegovog vjenčanog kuma Šeparovića*”, „*Sudovi i odluke su čisti stranački privatluk. S odlukama se izlazi kad odgovara HDZ-u*”), podcjenjivanje („*On je već navio svoje vrtne patuljke koji govore u njegovo ime*”, „*Gogo tumači Ustav kao Vegetin recept*”), upotreba nadimaka („*vrtni patuljci*”, „*stranački privatluk*”, „*Gogo*”, „*Vegetin recept*”) i askripcija ljutnje („*oni bi se pred lokalne izbore htjeli mlatiti sa mnom*”). Riječ je o jakom centrističkom „ljutom populizmu” i antiestablišmentskoj retorici. Zadržava pluralistički pogled na društvo i ne poziva na vraćanje moći narodu zbog čega nije „pravi populizam”.

- *Oni bi se pred lokalne izbore htjeli mlatiti sa mnom. Ja sam jedan, a njih je sto. HDZ želi trgovati s odlukom suca ili sutkinje. On je već navio svoje vrtne patuljke koji govore u njegovo ime. Odluka na Ustavnom sudu se dogovara između Šeksa i njegovog vjenčanog kuma Šeparovića. Sudovi i odluke su čisti stranački privatluk. S odlukama se izlazi kad odgovara HDZ-u. S obzirom na svoje iskustvo, ja to sve znam i vidim. Gogo tumači Ustav kao Vegetin recept. Građani imaju drugih briga osim (lokalnih) izbora – 08. ožujka 2021.*

Izjava 28. travnja 2021. primjer je populizma kao političko-komunikacijskog stila. Koristi izravno, neutralno i centrističko referiranje na narod („*predsjednik svih građana*”). Pozitivno se referira i zaziva izravnu demokraciju („*predsjednik svih građana, dva ili tri puta izabran*”). Nije detektiran antielitizam već antiestablišmentska retorika kojom diskreditira premijera Andreja Plenkovića („*Plenkošenkova je zasluga nered*”). Detektiram indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („*Plenković*”), vrijeđanje („*On je hrvatski Milan Stojadinović! Plenkošenkova je zasluga nered. Nered koji izaziva cijelo vrijeme*”), podcjenjivanje („*Glupo je uspoređivati nekoga tko je predsjednik svih građana, dva ili tri puta je izabran. S čime da ja usporedim Plenkovića? Plenković je bio jedan mali običan diplomat*”) i upotrebu nadimaka („*Artemidin hram*”, „*mali običan diplomat*”,

„hrvatski Milan Stojadinović”, „Plenkošenko”). Prema indikatorima zaključujem kako u izjavi Zoran Milanović koristi centristički „ljuti populizam” i antiestablišmentsku retoriku kojom diskreditira premijera Andreja Plenkovića i time HDZ. S obzirom na malu količinu detektiranih neodređujućih, perifernih indikatora zaključujem kako je riječ o blagom populizmu kao političko-komunikacijskog stila.

- *Čovjek će zapaliti Artemidin hram. Ne bih to usporedio kao kad se mama i tata svađaju, ali ja sam vrhovni zapovjednik. Glupo je uspoređivati nekoga tko je predsjednik svih građana, dva ili tri puta je izabran.. S čime da ja usporedim Plenkovića? Plenković je bio jedan mali običan diplomat. On je hrvatski Milan Stojadinović! Plenkošenkova je zasluga nered. Nered koji izaziva cijelo vrijeme – 28. travnja 2021.*

U izjavi 05. svibnja 2021. Zoran Milanović koristi neutralno i izravno referiranje na narod te različita referiranja na pojam narod („narod”, „građani”) od kojih je jedan („građani”) element centrističkog populizma. Koristi prazne označitelje („hrabrost”, „pravo”) i žargon kao tehniku privatizacije politike („poginut češ j\*\*\*\*a”, „banda HDZ”, „popio tableticu za hrabrost”, „neodgovorni šarlatani”) zbog čega zaključujem kako je riječ o jakom populizmu kao političko-komunikacijskom stilu. Detektiram korištenje antiestablišmentske retorike kojom diskreditira HDZ („Kolonijalna uprava Zagreba”, „Banožić”) i indikatore „ljutog populizma”: prozivanje („Banožić”, „Zagreb”, „sudovi”, „DORH”), vrijeđanje („Poginut češ, j\*\*\*\*a, ta banda HDZ vrši ustavni udar” , „Presuda Valteru Flegu je primjer kolonijalne uprave Zagreba i onda inercije sudova i DORH-a koji naprosto idu čovjeka ubiti”), podcjenjivanje („Banožić je popio tableticu za hrabrost pa se osokolio”, „neodgovorni šarlatani”) i upotrebu nadimaka („banda”, „tabletica za hrabrost”, „neodgovorni šarlatani”). Detektiram indikator prosvjedne politike („Takva presuda je za pobunu, ne oružanu, nego za građanski neposluh”). Jaki, centristički „ljuti populizam” i antiestablišmentska retorika kojom se diskreditira indirektno HDZ.

- *Dobrodošao u boj, a što da ti kažem, prijatelju. Poginut češ, j\*\*\*\*a, ta banda HDZ vrši ustavni udar. Banožić je popio tableticu za hrabrost pa se osokolio. Presuda Valteru Flegu je primjer kolonijalne uprave Zagreba i onda inercije sudova i DORH-a koji naprosto idu čovjeka ubiti. Neodgovorni šarlatani. Odluka*

*Zagreba kolika će biti plaća nekog gradonačelnika udara na temeljno pravo naroda... Takva presuda je za pobunu, ne oružanu, nego za građanski neposluš –*  
05. svibnja 2021.

U izjavi 02. prosinca 2021. koristi različita referiranja na pojam narod („Ljudi”, „Hrvatska”) i referiranje na narod uz korištenje termina nacije-države („Hrvatska”). Na narod se referira neutralno i koristi izravno i neizravno referiranje. Negativno referiranje na narod koristi s upotrebom sarkazma kojim indirektno diskreditira HDZ („Oni se ponašaju prema ljudima kao prema čunjevima”) što je antiestablišmentska retorika. Zoran Milanović koristi antiestablišmentsku retoriku kojom diskreditira članove HDZ-a kao što su ministar obrane Mario Banožić, premijer Andrej Plenković i ministar vanjskih i europskih poslova Gordan Grlić Radman čime diskreditira HDZ („Neki ljudi se doslovno bave svojim poslom i rade za sebe, a ja radim za Hrvatsku,, „Oni se ponašaju prema ljudima kao prema čunjevima”). Antiestablišmentskom retorikom diskreditira političkog analitičara Žarka Puhovskog („bivši udbaški drukeri”). Detektiram indikatore upotreba praznih označitelja („nacionalna sigurnost”) i upotrebu žargona kao tehniku privatizacije politike („puzajući državni udav”, „bivši udbaški druker”, „nije vatra, on je opušak”, „čunjevi”, „istaknuta komunjara”). Zoran Milanović proziva (Plenković, Banožić, Puhovski, Grlić Radman), vrijeđa („S obzirom da je on (Banožić) puzajući državni udav, očekujem da premijer udavi malo tog svog malog i da se makne”, „bivši udbaški drukeri”, „Banožić nije vatra, on je opušak”, „Grličev otac bio je istaknuta komunjara. Ko si bre ti?”), podcjenjuje („Kad Banožić predstavlja vojsku, to je kao da je izašao iz autoškole”, „Oni se ponašaju prema ljudima kao prema čunjevima”, „Ministar će na žalost morati živjeti u stanju u kojem živi”) i koristi nadimke („puzajući državni udav”, „malog”, „bivši udbaški drukeri”, „opušak”, „istaknuta komunjara”) što su indikatori „ljutog populizma”. U izjavi detektiram jaki „ljuti populizam” s indikatorom nacionalizma, a to je korištenje pojmova nacije-države. Detektiram indikator distanciranja od elita zajedno s indikatorom nacionalizma („Neki ljudi se doslovno bave svojim poslom i rade za sebe, a ja radim za Hrvatsku”).

- *Ljudi koji rade takav posao su opasni za Hrvatsku i nacionalnu sigurnost. S obzirom da je on (Banožić) puzajući državni udav, očekujem da premijer udavi malo tog svog malog i da se makne. Kad Banožić predstavlja vojsku, to je kao da je izašao iz autoškole. Bivši udbaški drukeri koji su svjedočili protiv studenata, opet se vraćaju. Nema tu vatre, Banožić nije vatra, on je opušak. Oni se ponašaju prema ljudima kao prema čunjevima. Grlićev otac bio je istaknuta komunjara. Ko si bre ti? Neki ljudi se doslovno bave svojim poslom i rade za sebe, a ja radim za Hrvatsku. Ministar će na žalost morati živjeti u stanju u kojem živi – 02. studenog 2021.*

## 5. ZAKLJUČAK

Na temelju provedenog istraživanja zaključujem kako je Zoran Milanović populist po stilu jer koristi populizam kao političko-komunikacijski stil. U više od polovine izdvojenih objava i izjava koje sam odabrao za analizu sam detektirao populizam kao političko-komunikacijski stil. U niti jednoj objavi ili izjavi nisam detektirao populizam kao ideologiju, odnosno kao metaideologiju.

S obzirom na detektirana periferna obilježja zaključujem kako Zoran Milanović kombinira korištenje jakih i blagih indikatora populizma. Kao periferna obilježja detektirao sam u najvećem broju korištenje žargona kao metode privatizacije politike i upotrebu praznih označitelja kao indikatora jakog populizma. Kao iznimku izdvajam Facebook objave u predizbornoj kampanji gdje je, uz prazne označitelje, u više navrata detektirano pozivanje na izravnu demokraciju. U analiziranim Facebook objavama nakon što je postao predsjednikom i u analiziranim izjavama za medije koje je prenijela televizija Zoran Milanović ne poziva na izravnu demokraciju. Taj indikator ili nije detektiran ili je detektiran jednom što odgovara broju negativnog referiranja na izravnu demokraciju. Ovo opažanje objašnjavam kako putem Facebooka u predizbornoj kampanji Milanović mobilizira birače na izlazak na izbore. No i to čini u rijetkom broju slučajeva.

U korištenju referenci na narod zaključujem kako Zoran Milanović nakon što postaje predsjednikom koristi centristički populizam na političko-komunikacijskoj razini. Uz to što je referiranje većinom neutralno, rijetko pozitivno i negativno isključivo u svrhu kritike vladajućeg establišmenta, odnosno, HDZ-a, Milanović kao reference na narod za vrijeme predsjedničkog mandata koristi termine „javnost” i „građani”. Uz to, izostanak ili pojedinačni slučajevi „opasnih drugih” koji ne spadaju u skupinu desnog ili lijevog populizma potvrđuju ovu tvrdnju.

Nakon kvalitativne analize sadržaja zaključujem kako je Zoran Milanović ljuti populist, odnosno koristi elemente komunikacije „ljutog populizma” kao što su prozivanje, vrijeđanje, podcjenjivanje i upotrebljavanje nadimaka. U velikoj većini analiziranih Facebook objava i izjava za medije koje je prenijela televiziji u kojima je detektiran populizam kao političko-komunikacijski stil detektiran je „ljuti populizam”.

Ekspresiju ljutnje Zoran Milanović koristi ili radi izjednačavanja s narodom ili diskreditacije političkih protivnika koje uglavnom Zoran Milanović vidi u političkoj stranci HDZ, a ponekad u pravosuđu, novinarima, političkim analitičarima, udrugama civilnog društva, kulturnim udrugama i institucijama, sveučilišnim profesorima i drugima s kojima ne dijeli isto mišljenje.

Milanović koristi i „ljuti populizam” s elementima nacionalizma. S obzirom na broj izdvojenih objava i izjava u kojima je detektirano korištenje populizma i nacionalizam mogu reći kako je Milanović stilski populist i populist-nacionalist. To je osobito vidljivo u predizbornoj kampanji gdje je u većini izdvojenih Facebook objava i izjava za medije koje je prenijela televizija Milanović upotrebljavao reference na narod koji se povezuju s terminom nacije-države. Nakon što je postao predsjednikom, Milanović u manjem broju objava i izjava koristi reference na naciju.

U niti jednoj izjavi ili objavi Zoran Milanović nije koristio antielitizam, odnosno, kritiku svih političkih elita. U većini izjava i objava u kojima je detektiran populizam kao političko-komunikacijskoj stil kod Zorana Milanovića sam detektirao korištenje antiestablišmentske retorike. Razlika u odnosu na istraživanje Grbeše i Šalaja (2017) je u tome što Milanović, za razliku od stranke Most, napada isključivo HDZ, ali ne i SDP kao vladajući establišment. U analiziranim izjavama i objavama gotovo je uvijek antiestablišmentska retorika usmjerena prema HDZ-u. Opet kao iznimka se ističu izdvojene objave na Facebooku u predizbornoj kampanji kada je u manje od pola objava detektirano korištenje antiestablišmentske retorike usmjerene isključivo prema HDZ-u i to češće neizravno nego u izravno. U objavama i izjavama nakon što je postao predsjednikom i u izjavama za medije koje je prenijela televizija u predizbornoj kampanji, a u kojoj detektiram populizam kao političko-komunikacijski stil, detektiram korištenje antiestablišmentske retorike. U većini objava i izjava Zorana Milanovića meta je premijer Andrej Plenković, potom pravosuđe, a onda ministri Mario Banožić, Gordan Grlić Radman, predsjednik Sabora Gordan Jandroković, političar i član HDZ-a Vladimir Šeks, institucije i udruge koje čine kulturni establišment, Kolinda Grabar Kitarović, novinari, HRT, akademski profesori koji na izravan ili neizravan način postaju personifikacija vladajućeg establišmenta i u velikom broju slučajeva personifikacija HDZ-a. Dobar primjer za to su napadi na Žarka Puhovskog. Sam Milanović na Facebooku u svom predsjedničkom mandatu objavljuje kako postoji razlika između „starog” i „novog” HDZ-a na čelu s Andrejom



Plenkovićem pri čemu izražava elitistički stav i pripadnost političkoj eliti kojoj pripada i „stari” HDZ te ističe razliku između predsjedništva HDZ-a i svih ostalih članova čime jasno definira na koga se kritika odnosi. Rijetko koristi „mi – oni” retoriku s ciljem izjednačavanja s narodom i diskreditacije protivnika što detektiram u Facebook objavama za vrijeme predizborne kampanje i u izjavama za medije koje je prenijela televizija nakon što je postao predsjednikom.

Još jedan indikator koji ukazuje na to kako Milanović nije „pravi populist” već ga koristi kao političko-komunikacijski stil s ciljem pridobivanja potpore javnosti protiv HDZ-a je periferni indikator antielitizma, a to je predstavljanje sebe kao političkog amatera ili neprofesionalca. U niti jednoj izjavi ili objavi to nije napravio, već je u nekoliko izjava i objava sebe predstavljao kao političkog profesionalca koristeći prazni označitelj „iskustvo”. U nekim je izjavama i objavama istovremeno sebe distancirao od vladajućeg establišmenta koristeći „mi – oni” retoriku ili „ja protiv njih” retoriku kako bi izravno ili neizravno kritizirao HDZ. To nije obilježje populizma. Isticanje sebe kao profesionalnog političara je učestalije u izjavama koje je prenijela televizija nego na Facebooku.

Da Milanović uglavnom koristi centristički populizam kao političko-komunikacijski stil potvrđuje kako su „opasni drugi” detektirani samo u Facebook objavama nakon što je postao predsjednikom i to izravno u jednoj izjavi i s elementima koji upućuju na „opasne druge” u drugoj. U oba slučaja bilo je riječ o međunarodnim institucijama: NATO-u i Europskoj Uniji što je obilježje „antiglobalizacijskog populizma”, ali ne desnog ili lijevog populizma. U izjavama za medije koje je prenijela televizija niti u predizbornoj kampanji na Facebooku Zoran Milanović nije koristio „opasne druge” u analiziranim objavama što je obilježje centrističkog populizma.

Temeljem istraživanja zaključujem kako je Zoran Milanović populist na razini političko-komunikacijskog stila koji koristi „ljuti populizam” kao vrstu populizma kako bi se kroz ekspresiju ljutnje izjednačio s narodom, a u manjem broju slučajeva kritizirao političke protivnike, odnosno, HDZ.

Razlika u političkom komuniciranju Zorana Milanovića u predizbornoj kampanji i nakon što postaje predsjednikom opažam u korištenju centrističkog populizma za vrijeme predsjedničkog mandata. To se potvrđujem detekcijom

referiranja na narod s terminima kao što su „građani” ili „javnost” te nepostojanjem „opasnih drugih” ili isticanjem međunarodnih institucija kao „opasnih drugih” što nije kategorija ni lijevog ni desnog već „antiglobalizacijskog populizma”.

Da Zoran Milanović nije „pravi” populist potvrđuje kako u niti jednoj objavi ili izjavi nije detektiran antielitizam i populizam kao ideologija, odnosno kao metaideologija. To govori kako Milanović ostaje na poziciji „mainstream” političara koji koristi populizam na razini stila ne bi li mobilizirao birače, skupio potporu, dobio podršku javnosti i kritizirao HDZ. Milanović koristi antiestablišmentsku kritiku usmjerenu prema HDZ-u, dok svako prozivanje političara ili institucija je izravan ili neizravan napad na HDZ. To potvrđujem i opažanjem kako Milanović u analiziranim objavama i izjavama sebe nijednom nije prikazao kao političkog amatera, već koristi prazni označitelj „iskustvo” ne bi li pridobio javnost, kritizirao HDZ ili naglasio svoju autentičnost. Razliku predizborne kampanje i predsjedničkog mandata opažam i u tome tko je točno meta njegovog napada: dok je to u kampanji HDZ, i to najčešće neizravno, u predsjedničkom mandatu svi, baš kao kad je bio predsjednik SDP-a, postaju meta njegovog napada.

Razlika u političkom komuniciranju Zorana Milanovića putem Facebooka i televizije je u učestalosti korištenja populizma. Dok na Facebooku populizam koristi ili većinom ili tek djelomično, u izjavama za medije koje prenosi televizija populizam je detektiran u gotovo svim analiziranim objavama. Pilot analizom zaključujem kako Zoran Milanović više koristi Facebook kao komunikacijsko sredstvo, dok nakon pobjede na izborima kombinira oba komunikacijska kanala pri čemu izjave za medije izazivaju veći interes u javnosti što sugerira kako su televizijske izjave ono na što se Milanović oslanja u predsjedničkom mandatu za slanje ključnih poruka. Objašnjenje za učestalije korištenje populizma u izjavama za medije koje prenosi televizija je i u novinarskom pristupu i medijskom potenciranju populističkih izjava. U analizi televizijskih izjava postoji faktor medijskog filtera, odnosno medijske selekcije koje će informacije postati vijestima čega na Facebooku nema. Na Facebooku se status objavljuje bez ičije privole i dozvole i može ga ukloniti autor ili administratori Facebooka. Na televiziji svaka informacija prolazi medijsku selekciju kojom se utvrđuje je li informacija vrijedna vijesti.

Milanović u predizbornoj kampanji kombinira populizam s malim i velikim brojem perifernih indikatora i najčešće neizravno napada HDZ dok populizam koristi u svrhu mobilizacije birača. U kampanji je inkluzivan što su potvrdila i prijašnja istraživanja, ali nije lišen populizma što je u jednoj izjavi za medije koje je prenijela televizija i priznao. Nakon što je postao predsjednikom svaka izjava ili objava u kojoj je detektiran populizam kao stil kategorizirana kao „ljuti populizam”. Milanović u njima podcjenjuje, vrijeđa, koristi nadimke, proziva i koristi ekspresiju ljutnje, neobuzdano, ekskluzivno, pa i agresivno te sarkastično što su dokazali istraživači u prijašnjim razdobljima. Razlika između tadašnjeg vremena i danas je u tome što Milanović temeljem ovih indikatora koristi populizam kao stil i samo rijetko komunicira antipopulistički. I to koristi „ljuti populizam” kao vrstu populizma. Nacionalne reference koristi u predizbornoj kampanji, vjerojatno radi isticanja inkluzivnosti, a centristički populizam nakon što je postao predsjednikom. No, zadržava pluralizam i pogled „mainstream” političara na svijet.

## 6. POPIS LITERATURE

### A.) KNJIGE I ZNANSTVENI ČLANCI

1. Beck, Boris (2015) *Orlovi, Batmani i postolari*. Gordogran 13(32): 10 - 13
2. Bennet, Lance, Pfetsch, Barbara (2018) *Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres*. Journal of communications 68(2): 243 – 253.
3. Čakar, Nikić, Dario (2011) *Kukuriku versus HDZ – analiza izbornih programa*. Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku, 2(8): 10 – 15.
4. Čular, Goran, Šalaj, Berto (2018) *Kritički građani ili nezadovoljni autokrati? Potpora demokraciji u Hrvatskoj 1999-2018*. Anali Hrvatskog politološkog društva 16(1): 7 – 26.
5. Dolenc, Danijela (2014) *Zašto SDP-ova vlada nije socijaldemokratska?* Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku 5(20): 33-38.
6. Enli, Gunli, Rosenberg, Linda, Therese (2018) *Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic*. Social Media + Society 1(2): 1-11.
7. Galić, Gabriela; Bebić, Domagoj (2021) *Politička komunikacija kandidata na društvenim mrežama na hrvatskim predsjedničkim izborima 2019./2020*. Medijske studije 12(23): 78 – 102.
8. Gavranović, Škoko, Pavao (2021) *Trendovi javnog mnijenja u 2021. – neodlučni odlučuju*. Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku 10(40): 16 – 23.
9. Grbeša, Marijana (2010) *Privatisation of Politics in Croatia: Analysis of the 2003 and 2007 Parliamentary Elections*. Medijska istraživanja : znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije 16(2): 57 – 79.
10. Grbeša – Zenzerović, Marijana (2014) *Je li za loš imidž Milanovićeve vlade kriv Kennedy?* Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku 5(20): 39 – 44
11. Grbeša, Marijana, Šalaj, Berto (2018) *Populism in Croatia: The Curious Case of The Bridge (Most)*. Zagreb: Anali Hrvatskog politološkog društva : časopis za politologiju 14(1), 7-30.
12. Grbeša, Marijana, Šalaj, Berto (2018) *Dobar, loš ili zao? Populizam u Hrvatskoj*. Zagreb : TIM press.

13. Grbeša, Marijana, Šalaj, Berto (2020) *Ideološki izazov Edukativna brošura i kviz o političkim ideologijama za srednje škole*. Zagreb: Agencija za elektroničke medije i Ured UNICEF-a za Hrvatsku.
14. Grbeša, Marijana, Šalaj, Berto (2017) *Populism in Croatia: The Curious Case of The Bridge (Most)*. Anali Hrvatskog politološkog društva : časopis za politologiju, 14 (1): 7 - 30
15. Henjak, Andrija (2011) *Stranačka identifikacija i granice stranačke mobilizacije u Hrvatskoj nakon 2000. godine*. Političke perspektive: časopis za istraživanje politike, 1(1): 29 – 55.
16. Henjak, Andrija (2019) *Što nam predsjednički izbori mogu reći o političkim trendovima u Hrvatskoj*. Revija za sociologiju 49(3): 419 – 428.
17. Kišiček, Gabrijela (2018) *Retorika*. Zagreb: Jesenski i turk.
18. Krippendorff Klaus (2013) *Content Analysis: an introduction to its methodology*. California: Sage publications.
19. Kunac, Suzana, Lalić, Dražen (2010) *Izborne kampanje u Hrvatskoj : dvije studije o tri izborna nadmetanja*. Zagreb: Politička misao, hrvatska politologija.
20. Ježovita, Josip, Plenković, Mateja, Varga, Vanesa (2018) *Izborne kampanje 2015. i 2016. godine: analiza obilježja naslova i toniranje vijesti na dnevnoinformativnim portalima*. Društvena istraživanja 27(3): 407-429
21. Lalić, Dražen (2013) *Retorika premijera Milanovića: od demokratskoga do ekskluzivnog govora*. Političke analize 4(13): 23 – 30.
22. Lalić, Dražen (2015) *Izborna kampanja 2015. godine: ni predstavljanje ni proizvodnja politike – dugotrajna komunikacijska i politička zbrka*. Političke analize 06(24): 12- 18.
23. Lamza - Posavec, Vesna (2021) *Metodologija društvenih istraživanja: temeljni uvidi*. Zagreb: Institut društvenih istraživanja Ivo Pilar.
24. Milardović, Anđelko (2004) *Populizam i globalizacija*. Zagreb: Centar za politološka istraživanja.
25. Muller, Jan-Werner (2016) *What is populism?* University Park: University of Pennsylvania Press. Preveo: Višeslav Raos (2017) *Što je populizam*. Zagreb: TIM press.
26. Šalaj, Berto (2012) *Suvremeni populizam“, Anali Hrvatskog politološkog društva; časopis za politologiju*. 9(1): 21 – 49.

27. Šalaj, Berto (2012b) *Što je populizam?* Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku. 3(11): 55 – 61.
28. Šonje, Velimir (2014) *Mijenjati se ili nestati: tri godine vlade Zorana Milanovića iz ekonomskog kuta?* Političke analize : tromjesečnik za hrvatsku i međunarodnu politiku, 5(20): 3 – 14.
29. Taguieff, Pierre-Andre (2017) *Osveta nacionalizma: neopopulisti i ksenofobi u napadu na Europu.* Zagreb: TIM press.
30. Tanta, Ivan, Lesinger, Gordana (2015) *Mediatisation or PR-ization of Public – Media Communication – Analysis of Mediated Communication of Zoran Milanović.* Collegium antropologicum, 39(4): 935 – 951.
31. Veselinović, Velimir (2022) *Populizam u medijima i politici.* Zagreb: Despotus infinitus.
32. Wahl-Jorgensen, Karin (2018) *Media coverage of shifting emotional regimes: Donald Trump angry populism.* Media, Culture & Society; 40(5): 766 – 778.
33. Wunderlich, Philipp, Nguyen, Christoph, Scheve von, Christian (2023) *Angry populists or concerned citizens? How linguistic emotion ascriptions shape affective, cognitive, and behavioural responses to political outgroups.* Cognition and emotion, Routledge, Taylor & Francis Group 37(1) 147-161.
34. Yin, Robert (2007) *Studija slučaja: dizajn i metode.* Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

B.)

1. <https://www.24sata.hr/news/milanovic-ovo-je-blamaza-a-ako-iz-dorh-a-govore-neistine-oko-zalac-trebaju-otici-domah-797125>, pristupljeno: 29.01.2023
2. <https://dnevnik.hr/vijesti/hrvatska/zoran-milanovic-danas-u-valpovu-sudjelovat-ce-na-sjednici-gradskog-vijeca---687185.html>, pristupljeno: 29.01.2023
3. [https://www.facebook.com/ZoranMilanovic/photos/dragi-prijatelji-davor-bernardi%C4%87-je-novi-predsjednik-stranke-pomozite-mu-bez-obz/1765017000430599/?paipv=0&eav=Afbzz8Uprb7fw4PJN2HuJWupvADpy2GsjX3kKFX7YEXaKwrnbKYmbE48SBvl6DTUj4&\\_rdr](https://www.facebook.com/ZoranMilanovic/photos/dragi-prijatelji-davor-bernardi%C4%87-je-novi-predsjednik-stranke-pomozite-mu-bez-obz/1765017000430599/?paipv=0&eav=Afbzz8Uprb7fw4PJN2HuJWupvADpy2GsjX3kKFX7YEXaKwrnbKYmbE48SBvl6DTUj4&_rdr), pristupljeno: 20.01.2023
4. <https://www.facebook.com/watch/?v=630575061351275>, pristupljeno:

5. <https://www.facebook.com/watch/?v=288117980027532>, pristupljeno: 01.02.2023
6. <https://www.facebook.com/watch/?v=887324815616411> , pristupljeno: 01.02.2023
7. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/milanovic-o-sefu-vrhovnog-suda-moram-stititi-ustav-a-hdz-i-partneri-neka-paze/2257066.aspx>, pristupljeno: 01.02.2023
8. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/milanovic-o-banozicevom-prijedlogu-poginut-ces-jeiga-tako-blesav-kakav-jesi/2361897.aspx>, pristupljeno: 01.02.2023
9. [https://www.izbori.hr/site/UserDocsImages/2019/Izbori\\_za\\_predsjednika\\_RH\\_2019/Izvjescje\\_o\\_rezultatima\\_II.kruga.pdf](https://www.izbori.hr/site/UserDocsImages/2019/Izbori_za_predsjednika_RH_2019/Izvjescje_o_rezultatima_II.kruga.pdf) , pristupljeno, 18.01.2023
10. [https://www.izbori.hr/site/UserDocsImages/2019/Izbori\\_za\\_predsjednika\\_RH\\_2019/Izvjescje\\_o\\_rezultatima\\_I.kruga.pdf](https://www.izbori.hr/site/UserDocsImages/2019/Izbori_za_predsjednika_RH_2019/Izvjescje_o_rezultatima_I.kruga.pdf), pristupljeno 20.01.2023.
11. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/zvao-me-prijatelj-za-lockdowna-bilo-je-puno-hrane-za-baciti-ministri-isli-su-tamo-kao-magarci-15021348>, pristupljeno 30.01.2023
12. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/plenkovic-je-terminalno-nesposoban-lijekovi-se-ne-isporucuju-pa-nisam-se-ja-isao-tuci-u-saboru-15061950>, pristupljeno 30.01.2023
13. <https://n1info.hr/vijesti/milanovic-hrvatska-je-u-krizi-vec-dugo-vrijeme-jer-se-vodi-kao-stranacka-precija/> pristupljeno 03.02.2023
14. <https://slobodnadalmacija.hr/vijesti/hrvatska/pogledajte-kako-je-prosao-novi-susret-milanovica-i-banozica-ministar-nije-bio-raspolozen-za-razgovor-1139675> – 2021 , pristupljeno 28.01.2023.
15. <https://www.tportal.hr/eu-izbori-2019/clanak/nad-hdz-om-je-zaleprsao-crni-labud-i-donio-ono-sto-nitko-nije-predvidio-sto-znaci-izraz-kojim-je-kopal-opravdao-los-rezultat-specijal-65-foto-20190527>, pristupljeno 24.01.2023.
16. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/milanovic-potvrdio-da-predlozit-cu-zlatu-durdevic-za-predsjednicu-vrhovnog-suda-saljem-to-danas-u-sabor-20210308>, pristupljeno 02.02.2023.
17. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/unistit-ce-sluzbu-zapalit-artemidim-hram-plenkosenkova-je-zasluga-nered-nered-kojeg-izaziva-cijelo-vrijeme-strast-za-unistavanjem-i-radenjem-stete-foto-20210428/print>, pristupljeno 02.02.2023.

18. <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/milanovic-na-plitvicama-o-razdvojenom-protokolu-izgovor-su-bile-epidemioloske-mjere-vjerojatno-da-mededi-ne-pokupe-koronu-ja-sam-orao-on-je-nilski-konj-koji-papa-lopoce-no-moze-biti-opasniji-od-hijene-20210331>, pristupljeno 29.01.2023.



## SAŽETAK

Završni poslijediplomski specijalistički rad bavi se analizom političke komunikacije Zorana Milanovića od najave kandidature za predsjednika Republike Hrvatske u lipnju 2019. do veljače 2023. za vrijeme aktualnog predsjedničkog mandata. Prethodno je, od 2007. do 2016., obnašao dužnost predsjednika strane SDP i Predsjednika Vlade od 2011. do 2016. Cilj rada je odgovoriti na pitanje je li Zoran Milanović populist i koristi li u političkoj komunikaciji populizam kao političko-komunikacijski stil ili ideologiju upotrebljavajući indikatore za mjerenje populizma utvrđenih u prijašnjim istraživanjima. Također, u radu nastojim detektirati “ljuti populizam” kao podvrstu populizma kao političko-komunikacijskog stila definiranog kao ekspresiju ljutnje s ciljem identifikacije s narodom i diskreditacije protivnika. Vrijednost rada leži u operacionalizaciji indikatora za mjerenje “ljutog populizma” s obzirom kako je koncept razrađen na teorijskoj, ali ne i na metodološkoj razini. U radu nastojim utvrditi sličnosti i razlike u političkoj komunikaciji za vrijeme predizborne kampanje i nakon što je postao predsjednikom analizirajući objave Zorana Milanovića na Facebooku i izjave za medije koje je prenijela televizije. Uz to, utvrđujem razliku, ali i sličnosti u komunikaciji putem društvenih mreža i tradicionalnih medija kao što je televizija. Rad nastavlja na prijašnja istraživanja političke komunikacije Zorana Milanovića i teorije populizma kako bi se analizirala politička komunikacija Zorana Milanovića od njegovog povratka u politiku. Ovo istraživanje će pomoći u operacionalizaciji indikatora “ljutog populizma” za buduća istraživanja, ali i pomoći u daljnjim znanstvenim, stručnim i novinarskim radovima koji se bave analizom populističke komunikacije, političke komunikacije Zorana Milanovića te će pomoći u usuglašavanju definicije što je točno populizam, što “ljuti populizam” i kako ga utvrditi te mjeriti.

**Ključne riječi:** Zoran Milanović, populizam, ljuti populizam, politička komunikacija, politička komunikacija na Facebooku, politička komunikacija u izjavama za medije, populizam kao političko-komunikacijski stil, populizam kao ideologija, kvalitativna analiza sadržaja, predsjednik RH, predizborne kampanje u Hrvatskoj

## SUMMARY

This postgraduate specialist paper is an analysis of political communication of Zoran Milanović since his announcement for Presidential candidacy in Croatia in June 2019. until February of 2023. while he is still the President of Croatia. Before that, he was the president of a Croatian political party SDP from 2007. until 2016. and the Prime Minister from 2011. until 2016. The main goal of the work is to answer the question: “Is Zoran Milanović a populist and does he use it in his political communication as an ideology or as a style of political communication” using indicators for measurement the aforementioned that were created and implemented successfully in academic papers in the past. Also, the paper tries to detect “angry populism” as a type of populism as a style of political communication that is defined as a deliberate expression of anger with a goal to identify with the people or voters and to discredit his political opponents. The value of this work is in operationalization of indicators for measurement of “angry populism” because the concept of “angry populism” was described and defined on a theoretical level, but not on the methodological one. The paper tries to determine the similarities and differences of political communication of Zoran Milanović during his election campaign and after he became the President of Croatia. Also, the work tries to determine the similarities and differences of political communication of Zoran Milanović in his Facebook posts and media statements that were covered and broadcasted by television. This specialist analysis is based on previous research of political communication by Zoran Milanović and the theory of populism to analyze the temporary communication of Zoran Milanović after his return to mainstream politics in 2019. He stepped down from his role as a president of SDP in 2016. This study will help in the operationalization of indicators of “angry populism” for further research, but will also help in the later scientific, professional and journalist work that covers the analysis of political communication, political communication of Zoran Milanović and will help in defining populism, “angry populism” and how to measure it.

**Key words:** Zoran Milanović, populism, angry populism, political communication, political communication on Facebook, political communication in media statements covered by television, populism as a style of political communication, populism as an ideology, qualitative analysis, president of Croatia, election campaigns in Croatia.

