

Uspon "Most-a" kao relevantnog političkog aktera - studija slučaja

Ramić, Ivana

Master's thesis / Diplomski rad

2016

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:114:443701>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-13**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

USPON MOST-a KAO RELEVANTNOG POLITIČKOG AKTERA

—

STUDIJA SLUČAJA

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: doc. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović

Studentica: Ivana Ramić

Zagreb, rujan, 2016.

SADRŽAJ

| | |
|--|-----------|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. POPULIZAM..... | 3 |
| 2.1. POPULIZAM - NAČIN POLITIČKE KOMUNIKACIJE ILI POLITIČKA IDEOLOGIJA? | 4 |
| 2.3. INKLUZIVNI POPULIZAM..... | 8 |
| 3. METODOLOGIJA | 9 |
| 3.1. CILJEVI I PRETPOSTAVKE | 9 |
| 3.1. STUDIJA SLUČAJA | 10 |
| 4. POLITIČKI I DRUŠTVENI KONTEKST | 11 |
| 5. MOST NEZAVISNIH LISTA | 17 |
| 5.1.USTROJ I STATUT MOST-a..... | 18 |
| 6. PARLAMENTARNI IZBORI..... | 23 |
| 7. PREDIZBORNA KAMPANJA..... | 26 |
| 7.1. TELEVIZIJSKI NASTUPI BOŽE PETROVA U EMISIJI „NEDJELJOM U 2“ | 27 |
| 7.2.NOVI MEDIJI..... | 33 |
| 8. BOŽO PETROV – POPULISTIČKI TIP VOĐE..... | 35 |
| 9. IZBORI – KONAČNI REZULTAT | 38 |
| 10. ZAKLJUČAK..... | 39 |
| 11. LITERATURA | 41 |

1. UVOD

U ovom diplomskom radu bavit ću se analizom predizborne kampanje MOST liste nezavisnih na parlamentarnim izborima 2015. godine. Te godine se prvi put u novijoj hrvatskoj političkoj povijesti dogodilo da je „treća stranka“ na parlamentarnim izborima osvojila dovoljan broj glasova birača da može direktno odlučivati o formiranju većine u Hrvatskom saboru. Dotad se vlast izmjenjivala između dviju najjačih stranki u Republici Hrvatskoj, Socijalne demokratske partije (SDP) te Hrvatske demokratske zajednice (HDZ). Dotad nepoznata stranka, ostvarila je 19 mandata na izborima i time izborila ključnu poziciju za formiranje Vlade. Od široj javnosti nepoznate političke opcije, MOST je u predizbornoj godini uspio privući ogromno biračko tijelo. Prije toga su u samo pola godine od osnutka do lokalnih izbora u Metkoviću, srušili Stipu Gabrića Jamba koji je tim gradom vladao punih 16 godina.

Što je to što je MOST približilo hrvatskim građanima koji su dotad svoje glasove redovito dijelili između HDZ-a i SDP-a? Jesu li to dotad ostvareni uspjesi u Metkoviću ili je MOST svojom političkom komunikacijom uspio uvjeriti građane u svoju politiku? Jesu li se građani ponadali da bi se uspjeh vođenja na mikro razini mogao preslikati i na uspješno vođenje cijele države?

U ovom diplomskom radu polazim od pretpostavke da je MOST nezavisnih lista u svojoj predizbornoj kampanji veoma uspješno koristila populističke komunikacijske metode poput kolokvijalizma, naglašavanja razlike između naroda i političkih elita te figuru snažnog vođe.

Populizam ću gledati i kroz prizmu političke ideologije. Polazim od pretpostavke da se MOST profilirao i kao populistički ideološka stranka koja se narodu obraća kao homogenoj skupini bez isticanja individualnih potreba te da im je središnja ideja uvođenje radikalnih društvenih promjena kroz djelovanje u parlamentarnoj demokraciji.

U teorijskom djelu ću prikazati kako različiti autori tumače populizam te ću prikazati populizam u dvije kategorije, kao stil političke komunikacije i kao političku ideologiju. Poseban ću dio posvetiti inkluzivnom populizmu čije karakteristike najviše podsjećaju na karakteristike kampanje MOST liste nezavisnih.

U raspravi ću prikazati društveni, gospodarski i politički kontekst u kojemu se odvijala predizborna kampanja MOST-a, opisati nastanak MOST-a te prikazati Statut stranke. Prikazat ću analizu televizijskih nastupa Bože Petrova u emisiji „Nedjeljom u 2“ i na temelju njegovih nastupa pokušati potvrditi da MOST lista nezavisnih ima sve karakteristike populističkog političkog aktera.

Osvrnut ću se i na samog Božu Petrova kao predsjednika i najistaknutijeg člana MOST liste nezavisnih te spomenuti i njihov fokus na društvene mreže u predizbornoj kampanji.

U zaključku ću argumentirati rezultate analize i objasniti do kojih sam zaključaka došla proučavajući MOST listu nezavisnih kroz prizmu populizma.

2. POPULIZAM

Riječ populizam dolazi od latinske riječi „populus“ koja označava narod. Pojam demokracija u javnom i političkom diskursu uglavnom ima pozitivne konotacije, dok se za pojam populizam najčešće vezuju negativne konotacije. Izraz „populistički“ u politici se počinje koristiti krajem 19. stoljeća u SAD-u za opis načela i djelovanja Narodne stranke (People's Party) koja se zauzimala za veća prava seljaka i radnika te kritizirala politički sustav koji je pogodovao interesima povezanih i korumpiranih političkih i poslovnih elita iz Washingtona i New Yorka (Šalaj, 2012:56).

Populizam se počinje sustavno znanstveno izučavati razmjerno kasno, šezdesetih godina 20. stoljeća. Prijelomnicom se smatra znanstvena konferencija u Londonu 1967. koja je okupila društvene znanstvenike iz raznih dijelova svijeta koje je zaokupljala pojava populizma. Taj iskorak napravila je 1981. godine u svojoj studiji „Populism“ britanska politička teoretičarka Margaret Canovan (Šalaj, 2012:56). Margaret Canovan (1999) je populističke pokrete podijelila na dva glavna tipa: agrarni i politički.

Agrarni populizam ima tri podvrste. Prva je populizam farmera, a primjer je People's Party u SAD-u. Zatim, zemljoradnički populizam koji je bio prisutan u začecima u nekim zapadnoeuropskim državama te populizam intelektualaca, za koji je primjer pokret narodnika koji se pojavio u Rusiji krajem 19. stoljeća i u kojemu je skupina mladih intelektualaca zagovarala interese seljaka i nastojala ih politički mobilizirati.

Unutar drugog tipa, političkog populizma, Canovan (1999) razlikuje četiri podvrste. Prvu podvrstu političkog populizma Margaret Canovan naziva populističkom demokracijom, a ona se zasniva na zagovaranju sudjelovanja građana u politici putem instituta izravne demokracije. Zatim, političarski populizam, kojim Canovan (1999) definira pokušaje pojedinih političara da kroz dezideologizirano pozivanje na narod zadobiju što širu političku potporu i osvoje što šire biračko tijelo te na taj način osvoje vlast. Treća je podvrsta reakcionarni populizam koji okuplja mase na temelju nesnošljivosti prema određenim manjinskim skupinama. Četvrta su podvrsta populističke diktature, a primjer za tu podvrstu populizma je Perónova vladavina u Argentini. Prema konvencionalnom razumijevanju koje potječe još iz pedesetih godina 20. stoljeća, populizam se pojavljuje "kad god postoji nezadovoljstvo naroda aktualnim društvenim poretkom što ga je nametnula vladajuća klasa, pri čemu narod vjeruje da ta vladajuća klasa ima monopol nad vlašću, vlasništvom i kulturom" (Shils, 1956:100).

Osnovna ideja populizma je ta da se društvo sastoji od „običnog“ puka, naroda te političkih elita. Pri tome se narod uvijek smatra poštenim i ugnjetavanim od strane „pokvarenih“ političkih elita. (Šalaj, 2012).

Meny i Surel (2002) pišu da „populizam prožima ideja dobrog, poštenog i jednostavnog naroda kojega su prevarile i izmanipulirale korumpirane, nekompetentne i međusobno umrežene elite“. Populisti uvijek tvrde da društvo i politiku treba korjenito promijeniti kako bi se ukinula dominacija elita te obnovile zamisao i praksa politike kao izraza volje naroda. Svi analitičari populizma navode da populisti na narod gledaju kao na jedinstveno i homogeno tijelo. Drugim riječima, zanemaruju se klase, posebni politički interesi i individualne potrebe.

Canovan (2002:26) tvrdi da isticanje suverenosti naroda implicira da demokracija podrazumijeva politiku kao izravan izraz političke volje većine, a ne politiku kao umijeće pregovaranja, dogovaranja i postizanja kompromisa. Populisti su sumnjičavi prema svim posredničkim institucijama, a pogotovo prema već etabliranim političkim strankama pa populističku propagandu obilježavaju snažni protustranački sentiment. Populisti krive političke stranke zato što u narodu stvaraju umjetne podjele te što više vode računa o svojim interesima nego o interesima naroda.

2.1. POPULIZAM - NAČIN POLITIČKE KOMUNIKACIJE ILI POLITIČKA IDEOLOGIJA?

Najutjecajnija suvremena definicija populizma potječe od nizozemskog politologa Casa Muddea (2004:543), a prema njoj je populizam „ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke skupine, običan narod i korumpiranu elitu, i koja tvrdi da bi politika trebala biti izraz volje naroda“.

Sličnu je definiciju malo ranije predložio Torcuato Di Tella (1995:985), koji smatra da se populizam može definirati kao „politički pokret koji naglašava interese, kulturu i spontane osjećaje običnih ljudi nasuprot interesima i kulturi privilegirane elite“. Albertazzi i McDonnell (2008:3) populizam pak vide kao „ideologiju koja suprotstavlja jedinstven i moralan narod elitama i opasnima drugima koji zajedničkim snagama suverenom narodu oduzimaju (ili pokušavaju oduzeti) njegova prava i vrijednosti“. Abts i Rummens (2007:409). populizam

vide kao „ideologiju koja zagovara vladavinu naroda kao jedinstvenoga suverenog tijela”. Jansen (2011:75) populizam određuje kao „oblik političke mobilizacije u okviru kojega se nastoji mobilizirati marginalizirane sektore društva i od njih stvoriti političku snagu, koristeći se pritom nacionalističkom i protuintelektualnom retorikom koja veliča obične ljude“. Canovan (1999:3) navodi da je „populizam pokret koji ističe narod nasuprot etabliranim strukturama moći i dominantnim idejama i vrijednostima u društvu“.

Iz mnogobrojnih definicija populizma proizlazi da je glavna karakteristika populizma razlika između običnog naroda i društvene elite stavljene u negativan kontekst.

No, neki autori poput Menyja i Surela (2002), Casea Muddea (2004), Albertazzi i McDonnell (2008) populizam svrstavaju među političke ideologije, dok drugi poput Jensena (2011) tvrde da je populizam izričito način političke komunikacije te da mu nedostaju neke ključne odrednice koje bi ga učinile ideologijom.

Autori koji su protiv toga da se populizam naziva političkom ideologijom poput Jensena (2011), to argumentiraju time da populizam nema jasno određene smjernice za većinu političkih pitanja te da mu nedostaju zajedničke jasno određene vrijednosti, poput slobode ili jednakosti.

Autori koji tvrde da se populizam treba svrstavati pod političke ideologije poput Muddea (2004) i Albertazzija i McDonnella (2008) tvrde da je zajednička značajka svih definicija populizma, ona koja razlikuje narod i elite, upravo to što populizam čini ideologijom. Populisti na temelju toga traže radikalne društvene i političke promjene koje bi ukinule vladavinu elita i oživjele politički život temeljen na volji naroda (Grbeša, Šalaj, 2016:6)

Potencijalno problematičan postav populizma kao ideologije je to da su manjinske skupine te koje također ugrožavaju narod. Prema tome, političari i stranke koje koriste populizam mogu varirati od radikalne ljevice do radikalne desnice, ovisno o tome koje skupine smatraju prijateljom za narod. Desne skupine često u tu opasnost svrstavaju nacionalne manjine, dok ljevičari za to krive isključivo banke te kapitalističke i financijske elite.

Autori poput Jensena (2011) koji se protive tome da se populizam svrstava u političku ideologiju kažu da populistički pokreti nemaju jasno i koherentno izražene stavove o većini važnih suvremenih političkih pitanja te se zbog toga ponajprije ne mogu smatrati zasebnom ideologijom. Čak i kada su ti stavovi izraženi, oni uglavnom predstavljaju reaktivnu, a ne jasnu i konstruktivnu viziju neke politike. Jensen (2011) smatra da populizmu nedostaju središnje

vrijednosti – kao što su, primjerice, sloboda, jednakost ili socijalna pravda – te da na njega treba gledati samo kao na politički stil ili način političke mobilizacije, a nikako političku ideologiju.

Narod je u populizmu podijeljen na dvije društvene skupine koje se zapravo ne smatraju njegovim dijelovima. Jednu, kao što je već spomenuto, čine elite, a drugu ono što većina analitičara naziva „opasnima drugima“. Albertazzi i McDonnell (2008) pišu da su „opasni drugi“ društvene skupine koje ugrožavaju jedinstvo i homogenost običnog naroda jer promiču neke posebne interese. Te skupine su prijetnja naporima da se moć i vlast vrate običnom narodu. Prema njima, ta prijetnja može biti izražena u ekonomskim ili političkim kategorijama ili u kombinaciji i jednih i drugih. Suprotstavljanje elitama i tim „opasnima drugima“ zajedničko je obilježje svih populističkih pokreta, a ujedno i izvorište razlika među njima. Konkretni sadržaj i program nekoga populističkog pokreta ovise, naime, o vrijednostima i obilježjima vladajućih elita kojima se suprotstavlja.

Albertazzi i McDonnell (2008) pišu kako to vrijedi i za odnos populizma i ekonomskog modela koji populistički akter zagovara. To ovisi i o paradigmi kojoj se populistu suprotstavljaju.

Slično vrijedi i za drugu granicu koju populizam nastoji uspostaviti – onu prema „opasnima drugima“. *Mainstream* populizam može se definirati kao politički stil ili način političke komunikacije *mainstream* (neradikalnih) političkih aktera, stil koji sadrži neke elemente svojstvene radikalnom populizmu, ali akteri koji ga koriste zadržavaju pluralističku viziju političkog sustava. Dakle, kod *mainstream* populista izostaje eksplicitna podjela društva na „mi“ (narod) protiv „njih“ (politička elita i ostali „neželjeni drugi“) i oni se u pravilu ne obrušavaju na ključne institucije liberalne demokracije. Populizam „polarizira društvo, svoje političke protivnike i 'strane elemente' u društvu stigmatizira u ime 'moralne većine', potiče netoleranciju, potkopava demokratske političke institucije i nameće simplicirana pseudorješenja koja teže autoritarnoj transformaciji društva“ (Zakošek, 2010:8).

Šalaj (2012:59) kaže da „populizam ima središnju koncepcijsku jezgru, pozivanje na narod i antagonistički odnos prema elitama, ali su mu potrebni dodatni sadržaji i vrijednosti kako bi osmislio politički svijet o kojemu govori i u kojemu djeluje“. Pošto ti sadržaji i vrijednosti mogu biti, i često jesu, vrlo različiti, „populizam se može smatrati slabo utemeljenom (*thin-centred*) ideologijom“ te se zbog toga može kombinirati s drugim, već postojećim političkim ideologijama (Šalaj, 2012:59).

„Zbog prostora koji mediji posvećuju političarima i današnje popularnosti masovnih medija, i političari koji nisu populisti ponekad koriste populističke metode i instrumente. Također, osim populizma kao političkog stila, možemo govoriti i o populizmu kao integralnom modelu politike. Neka od njegovih obilježja su kritika političke klase, mobilizacija nižih slojeva, artikulacija u obliku protestnog pokreta, pojednostavljivanje društvene stvarnosti i ukidanje racionalnog političkog diskursa“ (Zakošek 2010:7).

Politički diskurs je veoma bitan u određivanju populističkih metoda. Za populizam je karakteristično korištenje jednostavnog, kolokvijalnog rječnika i dijalekta, razumljivog svim građanima i širem puku. Korištenjem svakodnevnog, „narodskog“ govora kandidat se još više približava narodu.

Populizam je „ideologija koja suprotstavlja jedinstven i moralan narod elitama“ (Šalaj 2013:18) pa se korištenje riječi narod smatra karakterističnom za populistički diskurs.

Za populizam je ponajprije karakteristično izjednačavanje političara s narodom. Ako se iz izrečene političke poruke, oglasa, plakata ili nekog drugog materijala koji političar koristi za približavanje biračkom tijelu, vidi da kandidat uporno izjednačava sebe s narodom, odnosno ako se spušta na razinu „običnog“ čovjeka, to se smatra populističkom metodom komunikacije. „Populisti narod vide kao jedinstvenu, homogenu skupinu i zbog toga ne vjeruju u pojedinačne političke interese“ (Šalaj 2013:18).

Pobuđivanje takozvanih „niskih strasti“. Pod tim se smatra svako korištenje religije, nacionalizma i sličnog s namjerom da kandidat prikupi što više pristaša. Takozvano, „čašćenje birača“ u vrijeme krize također spada u tu kategoriju. Šalaj govori kako se populiste optužuje da „daju lažna i nerealna obećanja“ te „nastoje u ljudima razbuditi niske osjećaje i strasti te tako pridobiti njihovu potporu“ (2013:17).

Na čelu populističkih stranki je uvijek karizmatični vođa. Albertazzi i McDonnell (2008:5) tvrde da karizmatičan populistički vođa instinktivno zna što narod želi i da je on „spasitelj naroda“, svojevrsni „heroj“ ili „mesija“.

2.3. INKLUZIVNI POPULIZAM

Pri proučavanju literature naišla sam na pojam inkluzivnog populizma koji autori Stavrakakis i Katsambekis koriste kako bi opisali grčku stranku Syriza. Ova vrsta populizma ima osnovne značajke populizma poput razlikovanja naroda i političkih elita, no za razliku od primjerice Jansenove (2011:75) definicije koja populizam prikazuje kao „oblik političke mobilizacije u okviru kojega se nastoji mobilizirati marginalizirane sektore društva i od njih stvoriti političku snagu, koristeći se pritom nacionalističkom i protuintelektualnom retorikom koja veliča obične ljude“, inkluzivni populizam se poziva na sudjelovanje svih društvenih skupina u svrhu uvođenja nužnih društvenih promjena. Dakle, inkluzivni populistici na sudjelovanje ne pozivaju samo marginalizirane sektore društva, već brojne društvene aktore, uključujući čak i bivše političke protivnike, dakle političku elitu. Upravo taj segment inkluzivnog populizma me podsjetio na MOST listu nezavisnih, stranku u čijem Statusu jasno stoji da „MOST surađuje s drugim strankama, građanskim političkim inicijativama, nezavisnim listama i nestranačkim pojedincima u domovini i inozemstvu koji su istoga svjetonazora i sustava vrijednota“.

Stavrakakis i Katsambekis (2014:135) koriste pojam “inkluzivni populizam” u opisivanju grčke stranke Syriza. Inkluzivni populizam je za njih vrsta populizma koji na neki način preotima birače od radikalno desnih (također populističkih) stranaka i pokreta te kombinirajući populističku jezgru s nasljeđem radikalne demokratske tradicije stvaraju „ne prijatnu, već potencijalni korektiv oligarhijskim mutacijama demokratskog nasljedstva političke modernosti” (Stavrakakis, Katsambekis, 2014:135).

Umjesto podjele, oni se pozivaju na široku društvenu participaciju kroz neku vrstu emancipacijskog zajedničkog projekta usmjerenog na radikalnu demokratsku promjenu (Stavrakakis i Katsambekis, 2014).

Dakle, Syriza traži što širi društveni konsenzus za svoj program političkih promjena, pozivajući udruge, društvene pokrete pa i bivše političke protivnike da se pridruže i postanu dio njene pluralističke strukture (Tsakatika i Eleftheriouali, 2013).

U inkluzivnoj strategiji Syriza parlamentarno djelovanje i političke institucije koriste se kao sredstvo ostvarenja cilja, za razliku od dijela lijevih populističkih stranaka i anarhopopulističkih pokreta koji streme dekonstrukciji institucija liberalnih demokracija poput predstavničkog modela u potrazi za vizijom društva bez hijerarhija, društva u kojemu bi odnosi moći na neki način nestali (Derado, 2014:30).

U ovu skupinu inkluzivno populističkih stranaka može se svrstati i španjolska ljevičarska stranka Podemos, po svojoj političkoj povijesti i komunikaciji veoma slična Syrizi i MOST-u.

3. METODOLOGIJA

3.1. CILJEVI I PRETPOSTAVKE

U ovom radu metodom studije slučaja istražit ću uspon MOST nezavisnih liste kao važnog političkog aktera na hrvatskoj političkoj sceni. Istražit ću i društveni i politički kontekst u kojem je došlo do osnutka i uspona ove političke opcije te obratiti pozornost na medijske nastupe u predizbornoj godini. Također, pratit ću i način komunikacije vođe MOST liste nezavisnih, Bože Petrova, u njegovim televizijskim nastupima u emisiji „Nedjeljom u 2“.

On će mi kao lice MOST liste nezavisnih poslužiti kao primjer na kojemu ću istražiti kojim su metodama karakteristične za populizam pribjegli ovi politički akteri te ima li on još neke populističke karakteristike poput one snažnog, mesijanskog vođe.

Na temelju njegovih nastupa proučit ću kojim ideološkim stavovima naginje te koje populističke karakteristike koristi u svojoj retorici. Analizom njegovih nastupa istraživat ću kakvim se jezikom služi, koje ideje zastupa te što ističe kao glavne ciljeve svoje stranke.

Analizirajući društveni, gospodarski i politički kontekst pratit ću uvjete nastanka MOST nezavisnih liste te događaje koji su doveli do toga da se ova najprije lokalno usmjerena politička opcija, odlučila za djelovanje na nacionalnoj razini. U tu svrhu koristit ću metodu studije slučaja.

Metodom studije slučaja dubinski se analizira neka pojava, proces, institucija, osoba, grupa ili događaj. Ova metoda se koristi ako se želi istražiti kako ili zašto se nešto dogodilo. Neki autori tvrde da studija slučaja mora promatrati više slučajeva, a ne samo jedan, no Yin (2007) piše da je jedan slučaj dovoljan za analizu ako je jedinstven ili ekstreman, odnosno predstavlja neko novo otkriće.

Fokus ću staviti na televizijske nastupe Bože Petrova u emisiji „Nedjeljom u 2“, a pratila sam tiskane medije u kratkom razdoblju prije izbora (listopad i prvi tjedan studenog 2015. godine) (Jutarnji list, Večernji list, 24 sata i Slobodna Dalmacija) te portale koji su redovito izvještavali o MOST-u (Index.hr, Vecernji.hr, direktno.hr).

Za televizijske nastupe Bože Petrova u emisiji „Nedjeljom u 2“ odlučila sam se jer mislim da su ti nastupi obilježili tri faze uspona MOST liste nezavisnih kao relevantnih političkih aktera u parlamentarnim izborima 2015. godine: predstavljanje široj javnosti, potvrda kandidature i predstavljanje svog plana i programa te pozicioniranje kao stvarnog, relevantnog izbornog kandidata.

Smatram da se u tim nastupima mogu vidjeti brojne populističke karakteristike poput uloge vođe, kolokvijalnog, pojednostavljenog rječnika, izjednačavanja političara s narodom, isticanje suparništva naroda i političkih elita te obraćanje narodu kao homogenoj skupini bez uzimanja u obzir individualnih potreba.

Također, mislim da se u tim nastupima Bože Petrova mogu dovoljno jasno vidjeti i analizirati karakteristike ključne za ovu analizu: snažna uloga vođe, komunikacijski stil, naglašavanje podjele društva na dvije suprotstavljene strane (narod i političke elite), korištenje kolokvijalnih izraza te koje društvene skupine akter poziva na participaciju u uvođenju promjena.

U istraživanje su uvršteni i rezultati predizbornih anketa agencije Ipsos puls predstavljeni na NOVA TV te rezultati Državnog izbornog povjerenstva Republike Hrvatske kako bih dobila uvid o napredovanju MOST liste nezavisnih tijekom i nakon kampanje.

Analizom ću pokušati potvrditi da MOST lista nezavisnih ima sljedeće karakteristike koje tu stranku čine populističkim političkim akterom, i to inkluzivnim populističkim akterom:

1. Isticanje razlike pošten narod – korumpirane elite u javnim nastupima
2. Izjednačavanje populističkog političkog aktera s poštenim narodom u javnim nastupima
3. Snažan politički vođa kao glavno lice stranke, najviše istaknut u javnim nastupima
4. Poziv na široku društvenu participaciju u svrhu uvođenja društvene promjene
5. Kolokvijalno izražavanje i pojednostavljivanje aktualnih problema

3.1. STUDIJA SLUČAJA

Studija slučaja obuhvatna je istraživačka tehnika usredotočena na događaje unutar njihova konkretnog društvenog konteksta (Yin, 2007).

Studija slučaja podrazumijeva korištenje različitih metoda kako bi se detaljno analizirao jedan ili više slučajeva koji se odnose na istu temu. Razlikuju se tri tipa studije slučaja, izviđajni, opisni i uzročni tip (Tkalec Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010:95).

Studija slučaja predstavlja opis pravog događaja za razliku od statističke interpretacije nekog događaja u kojem se daju prosječne vrijednosti koje predstavljaju apstrakciju realnosti (Tkalec Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010:97), no ova metoda istraživanja ima i svoje nedostatke. Glavni nedostaci studije slučaja su nedostatna strogost, to jest teža primjena formalnih i standardiziranih metoda promatranja koje mogu rezultirati pretjeranom subjektivnošću i smanjenom objektivnošću u analizi podataka (Tkalec Verčić, Sinčić Ćorić, Pološki Vokić, 2010:97).

„Studija slučaja često se definira kao studija malog broja slučajeva ili jednog slučaja u opreci sa studijama velikog broja slučajeva“ (Jožanc, 2015:38). Studija slučaja najčešće se definira kao kvalitativna metoda, odnosno metoda suprotna kvantitativnim metodama istraživanja (Jožanc, 2015:39).

George i Bennet (2007:18) metodu studije slučaja definiraju „kao onu koja uključuje i analizu jednog slučaja i komparaciju malog broja slučajeva“. George i Bennet (2007:18-19) definiraju studiju slučaja kao „podskup kvalitativnih metoda koje su, nasuprot onima iz postmodernističke i interpretativne tradicije, ukorijenjene u pozitivističkom pristupu filozofiji znanosti“.

4. POLITIČKI I DRUŠTVENI KONTEKST

„Populizam je uvijek reakcija na neku jaču društvenu krizu i na osjećaj da dotadašnje društvene snage krizu ne mogu riješiti“ (Taggart, 2002). Populistički akteri obično predstavljaju svijet kao „borbu dobra i zla: na jednoj strani je pravedan ‘narod’ a na drugoj zle korporativne elite, političke stranke, mašinerija vlasti i drugi blokovi moći koji kroje zavjeru protiv interesa ‘naroda’“ (Decker, 2008:122). Derado (2014:24) piše „da se, osim u smanjenim razinama povjerenja u elite i institucije, politička kriza ili kriza demokracije u Europi odražava i u slaboj izlaznosti na opće izbore u mnogim europskim zemljama“.

On kaže da „niska izlaznost pokazuje kako izabrane vlasti nemaju legitimitet za velike segmente stanovništva i da sve veći broj građana ne nalazi političku opciju koja bi ih predstavljala te se odlučuje za povlačenje, apstinenciju od glasanja“, a da je „kriza ekonomskog modela vidljiva prije svega u velikom broju siromašnih i nezaposlenih te u rastućim društvenim nejednakostima“ (Derado, 2014:24).

Najveće nezadovoljstvo cjelokupnom političkom situacijom i političkim elitama postalo je očigledno nakon globalne financijske krize koja je počela 2008. godine. Tada su „obični građani” morali platiti financijsko spašavanje banaka, a rigorozne mjere štednje slijedile su u mnogim državama, povećavajući broj siromašnih građana i građana u opasnosti od siromaštva (Derado, 2014:25).

U Europskoj uniji 2013. godine oko 120 milijuna ljudi nalazilo u opasnosti od siromaštva ili društvene isključenosti, to jest petina stanovništva Europske Unije (Eurostat, 2013¹). U isto vrijeme, u teškom siromaštvu živjelo je čak 8,8% stanovništva, zastrašujućih 45 milijuna ljudi, dakle oko 11 puta veći broj građana od broja hrvatskih stanovnika (Eurostat, 2013²).

Pojam koji se može upotrijebiti za razdoblje u kojem se Hrvatska nalazila je prekarijat. „Obilježja prekarijata su materijalna i egzistencijalna nesigurnost i sužavanje mogućnosti korištenja raznolikih prava koje države jamče dok istovremeno bogati građani i imućne skupine uživaju u rastućoj moći i utjecaju, zaštićeni i na mnoge načine izvan društva i zakona jer mogu platiti najbolje odvjetnike i upotpuniti svoja demokratska prava svojom lobističkom moći” (Crouch, 2007:88).

Velik udio u prekarijatu čine mladi, visokoobrazovani ljudi bez izgleda za poslom ili za poslovnim napretkom, koji tako doživljavaju jednu vrstu statusne frustracije. Oni čine najprogresivniji segment prekarijata (Standing, 2011).

Isto tako, piše Derado (2014:25) „sve veći broj ljudi ne može naći svoj politički identitet u uobičajenoj lijevo-desnoj podjeli političkih stranaka koje podržavaju neoliberalnu paradigmu i njene političke primjene i provode neku varijantu politike sredine”.

¹<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/6035076/3-04112014-BP-EN.pdf/62f94e70-e43a-471f-a466-2e84d1029860>, pristupljeno 10.7.2016.

²<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/6035076/3-04112014-BP-EN.pdf/62f94e70-e43a-471f-a466-2e84d1029860>, pristupljeno 10.7.2016.

Europska politička kriza treba se sagledati prvenstveno kao „kriza reprezentacije” u kojoj građani imaju glas, ali nemaju za koga glasati (Mouffe, 2013). Ti razlozi pridonose usponu populističkih pokreta u Europi, snazi ekstremne desnice i stalnim događanjima na onom dijelu ljevice koji sebe naziva alternativnim.

Parlamentarni izbori za 8. saziv Hrvatskog sabora odvijali su se u politički i gospodarski veoma nepovoljnoj situaciji za Hrvatsku.

Prema podacima Eurostata³, Hrvatska je u 2015. godinu ušla kao zemlja s jednom od najviših stopa nezaposlenosti u Europi od čak 16,4%. Ispred nje su jedino bili Grčka i Španjolska koje su doživjele snažne gospodarske krahove i političku nestabilnost.

Ugasilo se oko 25.000 radnih mjesta (Eurostat 2015⁴), a javni dug je povećan za oko 16 milijardi kuna.

Najgora situacija je bila među mladima. U Hrvatskoj je stopa nezaposlenosti među mladima iznosila 44,8% što ju je također svrstavalo u sam europski vrh. U rujnu, samo mjesec dana prije izbora i nakon turističke sezone koja inače pozitivno utječe na zaposlenost u Hrvatskoj, situacija nije bila nimalo bolja. Eurostat je objavio podatke mjerenja od svibnja do srpnja gdje je Hrvatska i dalje imala visoku stopu nezaposlenosti od 15,1%, a među mladima je ona iznosila 43,1% (Eurostat, 2015⁵).

Dok je stopa nezaposlenosti na cjelini Europske unije padala, u Hrvatskoj se nije događalo ništa što bi pozitivno utjecalo na gospodarsku i ekonomsku situaciju pa je stopa nezaposlenosti stagnirala ili se čak povećavala.

Predizbornu godinu obilježili su i prosvjedi branitelja ispred Ministarstva branitelja u Zagrebu. 20. listopada 2014. godine branitelji su podigli šator ispred Ministarstva i tražili smjenu ministra Predraga Matića. Kasnije su tom zahtjevu dodali i smjenu ondašnjeg premijera Zorana Milanovića.

³http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Structure_of_government_debt, pristupljeno 14.7.2016.

⁴http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Structure_of_government_debt, pristupljeno 14.7.2016.

⁵<http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7091248/3-01122015-AP-EN.pdf>, pristupljeno 14.7.2016.

„Šatoraši“ kako ih se zvalo u medijima, pod vodstvom predsjednika Udruge 100-postotnih Hrvatskih ratnih vojnih invalida(HRVI), Đurom Glogoškim, na Savskoj cesti su proveli punih 555 dana, tijekom kojih su mnogi tvrdili da su tamo s političkom namjerom, potpomognuti HDZ-om kako bi pomogli smjeni Vlade na predstojećim izborima. Čak je i predsjednica Republike Hrvatske, Kolinda Grabar Kitarović, na prvi dan svog mandata otišla upravo u posjet braniteljima na Savskoj cesti. Velik dio predizborne godine obilježili su sukobi SDP i prosvjednika u šatoru te potpora HDZ prosvjedu. Iako je na početku dio javnosti podupirao branitelje u njihovim zahtjevima, kada se shvatilo da branitelji nemaju jasno definirane zahtjeve osim smjene vladajuće garniture te da ne namjeravaju napustiti šator do samih izbora, naglo su izgubili većinu potpore građana i javnosti.

Društvenu krizu produbila je i građanska inicijativa U ime obitelji koja je zahtjevala referendum o Ustavnoj definiciji braka. Dana 14. lipnja 2013. predano je Hrvatskom saboru 749.316 potpisa građana koji su skupljani glasnom kampanjom diljem Hrvatske, potpomognuti desno orijentiranim političkim opcijama i Katoličkom crkvom. U prosincu 2013. godine održan je referendum o Ustavnoj definiciji braka. U njemu su se državljani RH izjasnili žele li da se u Ustav Republike Hrvatske prenese definicija iz postojećeg Obiteljskog zakona, da je brak zajednica žene i muškarca. Dvotrećinska većina birača koji su izašli na referendum, a to je bilo 37,90%, podržala je referendumsko pitanje te time unijela u Ustav Republike Hrvatske definiciju da je "brak je životna zajednica žene i muškarca". Čelnica udruge U ime obitelji, Željka Markić u to je vrijeme bila čest gost desno orijentiranih medija, ali i nacionalne televizije gdje je žestoko zastupala homofobne stavove, upakirane u pozitivno orijentiranu kampanju fokusiranu na zaštitu obitelji.

Mnogi su u medijima upozoravali da se ovim ideološkim pitanjima skreće pozornost s bitnijih, gospodarskih i ekonomskih pitanja, no odlično organizirana kampanja potpomognuta brojnim društvenim slojevima, učinila je svoje.

Osvrćući se dalje unazad pri sagledavanju društvenog i političkog konteksta, važno je navesti i da se na Facebooku 2012. godine pojavila grupa pod nazivom „Mladi, napustimo Hrvatsku“ kojoj je cilj bio prikupiti što više mladih Hrvata i ukazati im na brojne mogućnosti koje im se nude izvan granica Lijepa naše. U isto vrijeme pojavila se i gerila kampanja „*How long could you survive in Croatia?*“ koja je grafitima koji su se pojavljivali u hrvatskim gradovima upozoravala na loš životni standard mladih u Hrvatskoj. Sve je to prethodilo masovnom iseljavanju mladih iz Hrvatske u potrazi za boljim životom.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku, iz Hrvatske je 2013. godine iselilo 15.262 ljudi. 2014. godine taj se broj povećao pa je Hrvatsku napustilo 20.858 ljudi, a u medijima su se počela pojavljivati pozitivna iskustva onih koji su otišli i veoma brzo pronašli dobro plaćen posao koji su u Hrvatskoj godinama tražili.

2014. godine u Njemačku se uselilo čak 200% više Hrvata nego u odnosu na prvih šest mjeseci 2013. godine, pisao je Deutsche Welle (2015), a velik broj njih otišao je u Irsku te u SAD. U prve tri godine vladanja Kukuriku koalicije, Hrvatsku je napustilo oko 50.000 ljudi.

Skoro dvije godine sudilo se bivšem hrvatskom premijeru Ivi Sanaderu i HDZ-u za izvlačenje više od 70 milijuna kuna iz javnih tvrtki u slučaju Fimi Media, a 11.3.2014. donesena je presuda kojom su krivima proglašeni svi optuženi, dakle i Ivo Sanader i njegova bivša stranka HDZ.

U presudi stoji da je Sanader u aferi Fimi Media ilegalno stekao 15.275.000 kuna, dok se HDZ okoristio s 24.254.497 kuna. HDZ je zbog afere Fimi Media kažnjen iznosom od pet milijuna kuna. Također, od HDZ-a se oduzeo iznos koji je ta stranka protupravno stekla. HDZ je ostao bez 2 milijuna kuna i 300 tisuća eura koji su oduzeti od Branka Bačića, a oduzeo im se i novac koji su uplatili na račun BMW-a. U državni je proračun HDZ bio dužan uplatiti dodatnih 17 milijuna kuna.

Sve je to poljuljalo povjerenje u postojeće političke opcije u Hrvatskoj i učvrstilo duboko raspostanjeno uvjerenje među građanima da su političke elite korumpirane, duboko umrežene i nepopravljivo pokvarene.

Hrvatsku je zahvatila veoma pesimistična atmosfera, građani su se osjećali prevareno, izmanipulirano i bez nade da nešto mogu promijeniti. Dvije iste političke opcije su se izmjenjivale svake četiri godine, u različitim koalicijama s manjim strankama te s istim ljudima na drugim pozicijama, a sve je pokazivalo da oni nemaju namjeru uvesti promjene koje su zemlji bile nužno potrebne.

Političari su najviše prostora davali ideološkim, povijesno duboko ukorijenjenim podjelama koje su koristili kako bi skrenuli pozornost s ključnih gospodarskih tema. Odbijali su priznati sve lošiju gospodarsku situaciju u zemlji. Najviše medijskog prostora posvećivalo se minornim, ideološko fokusiranim temama dok je mali broj medija zaista upozoravao na veoma zabrinjavajuću gospodarsku situaciju u zemlji.

Hrvatsku je mučila i snažna centralizacija. Sve bitnije odluke su se donosile u Zagrebu i utjecale su na cijelu Hrvatsku što je građanima sve više smetalo. Počelo se pričati i o velikim troškovima lokalnih samouprava te o podjeli Hrvatske po regijama, na onu Jadransku i Kontinentalnu što su mnogi građani, pogotovo u Slavoniji, dočekali s neodobravanjem jer su smatrali da će tako one manje županije još više biti zapostavljene.

Pritisci izvana također su utjecali na produblјivanje loše unutrašnje situacije u Hrvatskoj. Naime, Hrvatska se sredinom rujna 2015. godine našla na izbjegličkoj ruti s Bliskog Istoka prema zapadu. Prve izbjeglice su stigle u Hrvatsku nakon što su srpske vlasti odlučile preusmjeriti izbjeglički val prema granici s Hrvatskom zbog zatvaranja mađarske granice prema Srbiji. To je utjecalo na odnose sa susjednim zemljama, pogotovo Mađarskom i Srbijom. Mađarska je na granici s Hrvatskom podignula bodljikavu žicu, a njezin primjer je kasnije slijedila i Slovenija. Hrvatska je u jednom trenutku zbog velikog priljeva izbjeglica odlučila zatvoriti sedam graničnih prijelaza prema Srbiji. U medijima se vodila velika rasprava o tome što učiniti s izbjeglicama, dok su neki odobravali poteze tadašnje Vlade koja je dosta uspješno organizirala izbjeglički val, drugi su komentirali da svojom popustljivom politikom dovode u opasnost čitavu državu.

Navedenim događajima koji su usmjerili tijekom društveno političke krize u Hrvatskoj, prethodilo je značajno poskupljenje švicarskog franka 2010. godine, kada su se Hrvatski građani koji su digli kredite u švicarskim francima suočili s velikim problemima vraćanja kredita.. Švicarski franak je te godine poskupio za 15,5% te probio magičnu granicu od pet kuna i nastavio rasti što je povisilo rate kredita i mnoge građane dovelo do financijskog kraha. 2011. godine građani su se udružili u Udrugu Franak koja se borila za njihova prava. Udruga je podigla tužbe protiv banaka i inzistirala na tome da Vlada Republike Hrvatske i HNB stanu u zaštitu hrvatskih građana pogođenih visokim ratama kredita.

25. siječnja 2015. godina Grci su izabrali čelnika Syrize, Alexisa Tsiprasa, za premijera. To je bila povijesna odluka jer je Syriza stranka koja pripada radikalnoj ljevici, a Tsipras je ujedno postao i najmlađi premijer u povijesti Grčke. Grci su tako stali na kraj mjerama štednje koje su 2010. godine donijeli Europska unija, Europska središnja banka i Međunarodni monetarni fond u obliku 240 milijarda eura paketa pomoći kako bi izvukli Grčku iz gospodarske krize.

Syriza se na grčkoj političkoj sceni pojavila 2004. godine kao minorna stranka političke radikalne ljevice, a 2012. godine je na izborima ostvarila povijesni rezultat od 16% i tako

postala druga najjača stranka u grčkom parlamentu. U medijima diljem svijeta pa tako i u Hrvatskoj, vijest o Syrizi je glasno odjeknula.

Sve je ovo u Hrvatsku unijelo pesimističnu atmosferu beznada. Hrvati su imali osjećaj da na ništa ne mogu utjecati te da i nemaju previše izbora jer se stalno mijenjaju dvije iste političke opcije s istim ljudima na različitim pozicijama koji nemaju previše namjere da uvedu nužne promjene.

OraH Mirele Holy je u medijima i javnosti predstavljen kao zelena stranka usmjerena na sekundarne teme koje ne mogu previše pomoći gospodarstvu Hrvatske, poput ekologije i legalizacije marihuane. Živi zid pod vodstvom mladog Ivana Vilibora Sinčića profilirao se kao radikalno antikapitalistička opcija koja nema dovoljno znanja, ni ozbiljnosti za formiranje stvarne vlasti u Hrvatskoj. Mnogi su zbog Sinčićeve mladosti sumnjali da su oni zapravo „lutke na koncu“ jačih političkih opcija i to se redovito očitavalo kroz hrvatske medije.

Zbog toga su Hrvati uglavnom kao opciju vidjeli ili HDZ ili SDP. Upravo se na temelju toga stvorilo plodno tlo za „čudo iz Metkovića“, kako su ih u medijima nazivali, u obliku MOST nezavisnih liste pod vodstvom mladog psihijatra Bože Petrova.

5. MOST NEZAVISNIH LISTA

MOST nezavisnih lista kao politička stranka osnovana je 2012. godine u Metkoviću, a javnosti predstavljena 21. prosinca iste godine. Stranka je osnovana kao odgovor na nezadovoljstvo dugogodišnjom vladavinom Stipe Gabrića Jamba u Metkoviću. Stranku su osnovali Nikola Grmoja, Danijela Vidović, Markica Vuica, Marin Veraja i dr. Božo Petrov koji je ujedno i prvi predsjednik stranke. Na početku su se sastajali tajno kako ne bi privukli pozornost vladajućih koji bi, sumnjali su, pokušali osujetiti njihove planove.

Neobičan naziv, MOST lista nezavisnih, odabrali su jer označava spajanje obje strane i ideologije, pripadnosti i svjetonazore, pošto Petrov i stranački kolege od samih početaka u svojim nastupima inzistiraju na tome da ih podjele, bilo ideološke, bilo neke druge uopće ne zanimaju.

Stranka je službeno registrirana 25. siječnja 2013. godine, samo pola godine prije lokalnih izbora, 19. svibnja 2013., na kojima su naposljetku ostvarili zaista nevjerojatan rezultat za to područje s osvojenih 46,57% ukupnih glasova i 9 od 17 vijećničkih mandata u gradu Metkoviću (www.izbori.hr)⁶.

Kandidat MOST-a za gradonačelnika, dr. Božo Petrov je u prvom krugu izbora osvojio 45,78% glasova te ušao u drugi krug protiv Stipe Gabrića Jamba. U drugom krugu izbora je pobijedio dugogodišnjeg „vladara“ Metkovića sa 67,94% ukupnog broja glasova. U Dubrovačko-neretvanskoj županiji MOST je osvojio 9,97% glasova i 4 vijećnička mandata (www.izbori.hr)⁷.

Odmah nakon što je preuzeo dužnost gradonačelnika, Petrov je počeo s onim što je obećao prije osvajanja mandata. Srezao je svoja i primanja cijele gradske uprave na minimalac. Gradsko dugovanje je u trenutku kada je MOST došao na vlast iznosilo 17,6 milijuna kuna, a nakon samo sedam mjeseci na vlasti, Petrov i suradnici su dugovanje uspjeli smanjiti za čak 6,4 milijuna kuna, odnosno za 36% (www.metkovic.hr)⁸.

Petrovljevi zamjenici radili su volonterski, no pošto zakon nalaže da ipak moraju primati neke vijećničke naknade, one su kod njih simbolično iznosile jednu kunu. Ukinute su i naknade članovima nadzornih odbora i upravnih vijeća, troškovi reprezentacije smanjeni su deset puta, a putni troškovi osam puta. Raskinuti su i mnogi štetni ugovori putem kojih se dotad, navodno, izvlačio novac iz gradskog proračuna. Petrov je naposljetku uspio prepoloviti gradsko dugovanje te je zbog toga proglašen najboljim gradonačelnikom u regiji. Nakon smanjenja dugovanja, ipak je povišio plaće gradske uprave, no one su i dalje ostale 30% manje nego što su bile u trenutku kada je preuzeo gradonačelničku dužnost od Stipe Gabrića Jamba.

5.1. USTROJ I STATUT MOST-a

Kako bih mogla pratiti populističke metode MOST-a odlučila sam u istraživanje uvrstiti i statut stranke kako bih i iz toga mogla izvući neke populističke značajke koji se MOST vodio od početka svog djelovanja.

⁶<http://www.izbori.hr/2013Lokalni/rezult/rezultati.html>, pristupljeno 20.6.2016.

⁷<http://www.izbori.hr/2013Lokalni/rezult/rezultati.html>, pristupljeno 21.6. 2016.

⁸http://www.metkovic.hr/uprava/dokumenti/Zapisnik_o_prora%C4%8Dunskom_nadzoru_14072014.pdf, pristupljeno, 21.6. 2016.

U statutu MOST liste nezavisnih stoji da radi ispunjenja svoje svrhe Most:

- se zauzima za sudjelovanje svih građana u društvenim procesima na svim razinama te upućuje građane na pravo neposrednoga ili posrednoga upravljanja svojom državom,
- promiče građansku svijest o pravu svakodnevnoga utjecanja na izabranu vlast,
- poštuje višestranačje u kojem demokratska vlast treba odražavati slobodnu volju većine građana,
- se zalaže u ostvarivanju demokratskog sustava, za primjenu načela izravne demokracije na svim razinama ustrojstva vlasti, uz što slobodniji i jednostavniji oblik ostvarivanja toga načela,
- poštuje podjelu vlasti na zakonodavnu, izvršnu i sudbenu,
- promiče stajalište da institucije postoje zbog čovjeka, a ne čovjek zbog institucija,
- se zauzima za pravo na informaciju i dijalog u hrvatskom društvu,
- se zauzima za decentralizaciju državnih nadležnosti od lokalnog i regionalnog interesa, koji primjenom načela podređenosti (supsidijarnosti) pripadaju jedinicama lokalne i regionalne samouprave, te pripadajućih financijskih sredstava za njihovo izvršavanje,
- promiče prihvaćanje općeg dobra kao cilja i kriterija po kojem se uređuje politički život,
- se zauzima za hrvatsko društvo u kojem se poštuju sloboda i ravnopravnost građana te njeguju odgovornost i istinoljubivost,
- promiče pogled na obitelj kao temelj socijalno osjetljivoga i uspješnoga gospodarstva te zdravoga i demografski naprednoga društva,
- se zauzima za hrvatsku državu kao socijalnu zajednicu utemeljenu na pravednosti i solidarnosti građana te načelu vlastite održivosti,
- promiče zauzetost za djecu, mlade, roditelje, stare, napuštene, nemoćne, invalide i osobe s posebnim potrebama kao za osobe s posebnom vrijednošću,

- promiče nacionalne povijesne, tradicionalne i suvremene vrijednosti hrvatskog društva protkane kroz kulturu, vjeru, obrazovanje, znanost, gospodarstvo i druga područja javnoga djelovanja,
- razvija jedinstveni identitet hrvatskoga naroda kako u Republici Hrvatskoj tako i u drugim državama u kojima Hrvati žive kao starosjedioci ili doseljenici,
- promiče nacionalnu i vjersku multikulturalnost u hrvatskom društvu uvažavanjem drugoga u različitosti i njegovu vlastitom identitetu,
- se zauzima za kvalitetu i očuvanje javnih medija i drugih oblika javnih službi nacionalnog interesa,
- se zauzima za očuvanje prirodnoga okoliša te promiče održivi razvitak hrvatskoga društva na prirodnim dobrima Republike Hrvatske,
- promiče nenasilne metode u politici i njima se služi,
- se zalaže za demokratsko društvo utemeljeno na trajnim i sveopćim vrijednostima,
- se zalaže za racionalizaciju i modernizaciju uprave radi osuvremenjivanja njezina djelovanja, povećanja djelotvornosti i smanjenja troškova.

Most surađuje s drugim strankama, građanskim političkim inicijativama, nezavisnim listama i nestranačkim pojedincima u domovini i inozemstvu koji su istoga svjetonazora i sustava vrijednota.

Središnja tijela Mosta su:

- Sabor,
- Predsjedništvo,
- Predsjednik,
- Zamjenik predsjednika,
- Tajnik,

- Nadzorni odbor.

Sabor je najviše tijelo Mosta, a čine ga svi njegovi članovi dok broj članova Mosta ne prijeđe 200 članova, nakon čega Sabor čine predstavnici ustrojstvenih oblika Stranke s cijelog područja njenog djelovanja.

Predsjedništvo Mosta:

- saziva Sabor Mosta,
- donosi sve odluke nužne za djelovanje Mosta,
- osniva razna radna tijela potrebna za funkcionalno djelovanje Mosta,
- raspravlja i odlučuje o svim političkim pitanjima i aktivnostima,
- brine se o novčanim sredstvima potrebnim za djelovanje Mosta,
- usvaja financijski plan i završni račun,
- odlučuje o osnivanju i raspuštanju ustrojstvenih oblika stranke,
- odlučuje o načinu formiranja kandidacijskih lista Mosta na lokalnim i parlamentarnim izborima, ali i odabire predsjedničkog kandidata stranke na predsjedničkim izborima,
- podnosi izvješća Saboru o svom radu,
- donošenje odluka o promjeni sjedišta i adrese sjedišta Mosta,
- odlučuje i o drugim pitanjima bitnim za ostvarenje ciljeva Mosta koji su predviđeni ovim statutom.

Nadzorni odbor Mosta ima 3 člana.

Članovi Nadzornoga odbora Mosta ne mogu biti članovi ni jednoga drugoga središnjeg tijela Mosta.

Članove Nadzornog odbora bira Sabor, a predsjednika biraju članovi Odbora između sebe na prvoj sjednici odmah po završetku Sabora.

Nadzorni odbor obavlja poslove:

- prati redovno financijsko poslovanje Mosta obavljajući pregled poslovnih knjiga,
- prati pravne okvire djelovanja Mosta,
- nadzire provedbu Statuta i ostalih akata Mosta (Statut MOST liste nezavisnih, www.most.hr⁹)

Iako u Statutu stoji da je Sabor najviše tijelo MOST-a, u vrijeme izborne kampanje i predizbornog vremena najčešće se spominjalo Nacionalno vijeće MOST-a koje je, izgleda, donosilo sve ključne odluke za stranku. Članovi Nacionalnog vijeća MOST-a su od prvog dana osnivanja tog tijela isti, originalno ih ima petnaest, no nakon što je Drago Prgomet, nakon izbora, napustio stranku ima ih 14 jer nitko nije preuzeo njegovo mjesto. Vijeće tako čine Božo Petrov, Nikola Grmoja, Miroslav Šimić, Ivan Tomljenović, Ladislav Turčinović, Branimir Karačić, Tomislav Panenić, Ljubica Ambrušec, Bruno Iljkić, Ružica Vukovac, Ivan Kovačić, Zlatko Vlajčić, Jure Martinović i Ivan Lovrinović (Galović, Pročitajte puni popis: Tko uz Petrova čini Nacionalno vijeće MOST-a, www.direktno.hr, 2015¹⁰).

Prve tri stavke u Statutu označavaju sve ono što su MOST-ovci i propagirali u svojim medijskim nastupima – zalaganje za prava apsolutno svih građana bez iznimke te inzistiranje na njihovoj uključenosti u odluke vlasti u skladu s njihovim izbornim i demokratskim pravom.

Prema Statutu MOST se zauzima za sudjelovanje svih građana u društvenim procesima na svim razinama te upućuje građane na pravo neposrednoga ili posrednoga upravljanja svojom državom. Ova stavka upućuje na stav kako je politika izraz volje moralne većine u narodu te pokazuje da MOST u svom djelovanju uključuje homogeno biračko tijelo, bez da ikoga izuzima.

Također, MOST prema Statutu poštuje višestranačje u kojem demokratska vlast treba odražavati slobodnu volju većine građana, te se zalaže u ostvarivanju demokratskog sustava, za primjenu načela izravne demokracije na svim razinama ustrojstva vlasti, uz što slobodniji i jednostavniji oblik ostvarivanja toga načela, poštuje podjelu vlasti na zakonodavnu, izvršnu i sudbenu i

⁹<http://most-nl.com/statut/>, pristupljeno 1.6. 2016.

¹⁰<http://direktno.hr/en/2014/medijski-partneri/30936/Pro%C4%8Ditajte-puni-popis-Tko-uz-Petrova-%C4%8Dini-Nacionalno-vije%C4%87e-Mosta.htm>, pristupljeno 1.7. 2016.

promiče stajalište da institucije postoje zbog čovjeka, a ne čovjek zbog institucija. Ove stavke pokazuju da MOST promjene želi uvesti poštujući parlamentarnu demokraciju, no sa skepticizmom prema posredničkim institucijama što je jedna od karakteristika inkluzivnog populizma.

MOST surađuje s drugim strankama, građanskim političkim inicijativama, nezavisnim listama i nestranačkim pojedincima u domovini i inozemstvu koji su istoga svjetonazora i sustava vrijednota, stoji u Statutu, što znači da MOST na uvođenje promjena poziva široku javnost, društvene pokrete, udruge, inicijative, no i pripadnike političkih elita. Ovo je donekle slično karakteristici inkluzivnog populizma prema kojoj inkluzivni populist na sudjelovanje u uvođenju promjena pozivaju sve pa i bivše političke protivnike.

6. PARLAMENTARNI IZBORI

Parlamentarni izbori za 8. saziv Hrvatskog sabora održani su 8. studenog 2015. godine. Dotadašnji 7. saziv Hrvatskog sabora raspušten je 28. rujna, a predsjednica Kolinda Grabar Kitarović je 5. listopada donijela odluku o datumu izbora.

Predizborna kampanja je počela 21. listopada 2015. godine i trajala je 16 dana, do 6. studenog 2015. kada je nastupila predizborna šutnja do zatvaranja birališta. Dvije najjače stranke u Hrvatskoj, HDZ i SDP na ove parlamentarne izbore su izašli koalirajući s manjim strankama pod nazivom Domoljubna koalicija (HDZ i partneri) te Hrvatska raste (SDP i partneri).

3. listopada 2014. godine Božo Petrov je na chatu Barometra.hr najavio da se u MOST-u spremaju za parlamentarne izbore. Nekoliko tjedana nakon najave izlaska MOST-a na parlamentarne izbore, istraživanje Ipsos Pulsa otkrilo je da HDZ ima potporu 25,4%, SDP 20%, a OraH kao treći ima 17,8%. Dva mjeseca nakon toga HDZ je skočio na 26,9%, SDP pao na 19,7%, a traće mjesto je i dalje zauzimao OraH s padom na 16,6%.

U veljači 2015. godine, istraživanje Ipsos Pulsa pokazalo je da HDZ bilježi najveću potporu u nekoliko posljednjih godina, od 28,7%, dok je SDP i dalje stajao na 19,8%. No na trećem mjestu

su se stvari itekako promijenili. OraH je zabilježio ogroman pad i završio na 8,8%, a njegovo mjesto je zauzeo Sinčićev Živi Zid sa 14,6%.

To istraživanje je pokazalo i da 73% građana ne podupire politiku vlade, odnosno Kukuriku koalicije, a 74% njih je izjavilo da se Hrvatska kreće u lošem smjeru.

U ožujku je HDZ imao potporu 30% birača SDP 23%, a Živi Zid 11,6%. MOST je tada još uvijek imao manju podršku te se svrstavao u skupinu „ostalih stranaka“ koje imaju manju potporu birača.

U travnju se dogodio potpuni preokret. Istraživanje koje je proveo Ipsos Puls u razdoblju od 1. do 15. travnja 2015. godine, dakle sedam mjeseci prije parlamentarnih izbora, pokazalo je da MOST nezavisnih lista uživa potporu od 4,2% građana. Živi zid, tada još uvijek stranka na trećoj poziciji, iza SDP i HDZ, tada je imala potporu 13.9%, a OraH Mirele Holy je nastavio s padom i završio s potporom od 7.7%. HDZ je imao potporu 31,2% birača, a SDP je drastično pao na 18,8%.

Iako se ne može dokazati povezanost, indikativno je da je SDP izgubio potporu 4% glasača koliko je tada imao MOST.

MOST je u svibnju i lipnju zabilježio blagi pad potpore na 3,3%, odnosno 2,8%, a pad su zabilježile i ostale manje stranke, Živi zid i OraH. U lipnju je SDP ujedno i prvi put prestigao HDZ, no ne zadugo jer su u kolovozu HDZ-ovci ponovno preuzeli prednost i to od 9%.

MOST je cijelo to vrijeme stagnirao na 2,8%, odnosno 2,9% i javnost ga nije doživljavala kao ozbiljnu političku opciju. U javnosti se tada već počelo nagađati da će ključnu ulogu u formiranju Vlade imati manje stranke s manjim brojem glasača.

U rujnu su i Živi zid i OraH i dalje bilježili pad potpore među biračima, a stranka Milana Bandića se „progurala“ na 4,3%. Tada se u medijima počelo nagađati da će upravo Bandić ili Živi zid odlučivati o Vladi u obliku koalicije s nekom od većih stranaka.

Ipsos Puls je provela još jedno predizborno istraživanje u razdoblju od 22. listopada do 2. studenog prema kojima je još tad ishod izbora bio neizvjestan. No, tada se već moglo vidjeti da MOST uživa sve veću potporu birača. U četvrtoj izbornoj jedinici (dio Slavonije i Baranja) pokazalo se da MOST uzima dio glasova HDZ-u i Domoljubnoj koaliciji, a u osmoj izbornoj

jedinici (Istra i Kvarner) pokazalo se da će MOST dio glasova uzeti SDP-u i koaliciji Hrvatska raste (Jutarnji list, 4.11.2015).

27. listopada 2015. u Jutarnjem listu pojavljuje se tekst pod naslovom „Još nije vrijeme za realno konkurentnu treću opciju“ ispod kojega je stajao podnaslov „Stranke treće opcije sve zajedno mogu računati na najviše 12 mandata“. Dva dana ranije u izjavi dana Jutarnji list je imao izjavu potpredsjednice tadašnje Vlade, Milanke Opačić: „Svaki glas koji ode malim strankama koje neće prijeći prag je bačeni glas i otići će HDZ-u. Birajte mudro“.

5. studenog Jutarnji list objavljuje intervju s Željkom Reinerom, akademikom iz Domoljubne koalicije pod naslovom: „Most je instrument SDP-a da osvoji vlast tamo gdje oni ne mogu“.

Ovo pokazuje da se već deset dana prije izbora u medijima počelo nagovještavati da MOST lista nezavisnih ima neke šanse na izborima.

Jutarnji list, Večernji list te 24 sata su, unatoč rezultatima anketa koje su govorele suprotno, i dalje imali tekstove koji su insinuirali da će male stranke imati utjecaj na formiranje vlasti, no da će on biti minimalan te da je davanje glasa takozvanim trećim opcijama, jednostavno bačen glas.

Za to vrijeme, Slobodna Dalmacija 24. listopada 2015. godine na naslovnici svog subotnjeg priloga „Spektar“ piše: „Trebaju nam hrabriji političari. I pošteniji. Po svemu drukčiji. Imate još dva tjedna da ih nađete“. Na prvim stranicama su kao jednu vrstu redakcijskog stava napisali da „Hrvatsku u zasluženom blagostanje može odvesti samo vlada koja će biti: Hrabra da ukine županije, brza u privatizaciji te drukčija od prethodnih“, s naznakom da „društvo moramo početi graditi odozdo, a ne odozgo“. Sve je ovo upućivalo na javnu podršku MOST listi nezavisnih, pogotovo jer su na naslovnici podebljane bile riječi „hrabriji“, „pošteniji“, „drukčiji“ – riječi koje je MOST koristio u svojoj kampanji i medijskim nastupima.

To pokazuje da su neki mediji zaključili da će MOST imati veliku ulogu u formiranju buduće vlasti te svojom podrškom odlučili dodatno motivirati birače.

7. PREDIZBORNA KAMPANJA

Predizborna kampanja MOST liste nezavisnih nije se pretjerano razlikovala od kampanja koalicije Hrvatska raste i Domoljubne koalicije te ostalih manjih stranaka. MOST se uglavnom fokusirao na televizijske nastupe i nove medije uz neizbježne plakate diljem Hrvatske te manje predizborne skupove u svim dijelovima države.

Bitno je naglasiti da su prijašnji uspjesi članova i čelnika MOST-a bili jedna vrsta promocije u predizbornoj kampanji jer su to redom bili načelnici i gradonačelnici mjesta i gradova u Republici Hrvatskoj koji su do tog trenutka nastupali nezavisno. Svi su oni veoma uspješno organizirali svoje lokalne jedinice, a mediji su već ranije izvještavali o mnogim članovima pojedinačno pa su građani na neki način već bili upoznati s potezima članova MOST-a prije njihova članstva u stranci. Svi članovi MOST nezavisnih liste su bili veoma „*newsworthy*“ i vrlo su lako dospijevali u medije.

Najistaknutiji članovi MOST liste nezavisnih bili su redom mlađi ljudi ili ljudi srednje životne dobi, televizični, dotad nepoznati javnosti, no s veoma dobrim komunikacijskim vještinama poput samog Bože Petrova ili Nikole Grmoje, zatim ljudi koji su dotad, iako rijetko, ipak bili zastupljeni u medijima isključivo zbog svojih poteza ili postignuća poput Mira Bulja s kojim su se građani Hrvatske mogli poistovjetiti zbog njegova porijekla (Bulj je rođen u radničkoj obitelji u selu Suhač, završio je srednju strukovnu školu, bio je alkarski momak, borio se za prava radnika „Dalmatinke“ i „Autoprijevoza“, a u medijima se često izvještavalo i o maratonskim sjednicama sinjskog Gradskog vijeća za koje su „krivili“ upravo njega i njegovu želju da „napakosti“ vladajućima) te ljudi koje hrvatska javnost poznaje otprije i pamti ih po suprotstavljanju političkim elitama, poput Drage Prgometa koji je 2015. godine napustio HDZ zbog nesuglasica s tadašnjim predsjednikom stranke Tomislavom Karamarkom.

Božo Petrov je od samog početka u svojim nastupima govorio da za MOST nema govora o suradnji ili stvaranju koalicije s HDZ-om ili SDP-om, no istovremeno je isticao da bi se založili za neku vrstu vlade nacionalnog spasa. Time su pokazali da u borbu za promjenu pozivaju sve društvene skupine pa i političke elite.

Također, odbijali su se ideološki profilirati. Petrov je u intervjuima odbijao komentirati ideološka pitanja poput onih o homoseksualnim brakovima ili tada aktualnim ćiriličnim

pločama u Vukovaru, naglašavajući da u Republici Hrvatskoj ima mnogo važnijih pitanja od tih.

Njihova kampanja se svodila na medije nove generacije – nove medije, odnosno društvene mreže te televiziju, ali i web portale.

U tiskanim medijima i na plakatima su izašli sa sloganima: „Ako vam je ovih 20 godine bilo dobro, znate koga ćete birati. Ako nije, birajte MOST“ te „Dosta vam je jednog te isto? Baš zato MOST“.

Na letcima koje su dijelili po mjestima i gradovima predstavljali su svoje članove koji su se nalazili na izbornim listama. Na svakom letku je bila kratka biografija kandidata iz koje se moglo vidjeti zašto upravo taj kandidat ima kvalifikacije za izborni mandat.

MOST lista nezavisnih jedna je od rijetkih stranaka koje su se kandidirale na parlamentarnim izborima i poštovale uredbu Zakona o ravnopravnosti spolova prema kojoj na izbornim listama mora biti minimalno 40% žena. Time su ostavili dojam da zaista ne isključuju niti jednu društvenu skupinu iz svog programa te da svima daju šansu za sudjelovanje.

7.1. TELEVIZIJSKI NASTUPI BOŽE PETROVA U EMISIJI „NEDJELJOM U 2“

Božo Petrov je u sklopu predizborne kampanje dao i nekoliko većih intervjuova za tiskane medije, no najviše odjeka u javnosti su imali njegovi nastupi u emisiji „Nedjeljom u 2“ Aleksandra Stankovića. U toj emisiji se prvi put predstavio široj hrvatskoj javnosti, zatim kasnije potvrdio kandidaturu na parlamentarnim izborima te naposljetku odigrao svoj ključni nastup samo nekoliko tjedana prije izbora.

Smatram da su nastupi Bože Petrova u ovom najpopularnijem hrvatskom političkom talk showu profilirali njega kao snažnog populističkog vođu i odigrali bitnu ulogu u prepoznavanju MOST-a kao stvarnog političkog aktera u očima hrvatskih građana.

Zbog toga sam odlučila analizirati njegove nastupe u toj emisiji jer je kroz njih očigledan razvoj MOST-a kao relevantnog političkog aktera na hrvatskoj političkoj sceni, ali i Bože Petrova kao

političkog vođe. Smatram da su nastupi u ovoj emisiji prikazali faze razvoja MOST-a kao relevantnog političkog aktera u predizbornom razdoblju. Nastupom u ovoj emisiji predstavili su se široj javnosti, nacionalnoj razini, potvrdili su svoju kandidaturu na izborima 2015. pred hrvatskom javnošću, a u posljednjem nastupu su predstavili svoj plan i program i pokazali da sami sebe smatraju snažnim akterom koji ima dobre šanse za osvajanje povjerenja birača.

2. veljače 2014. godine, Božo Petrov je prvi put nastupio u emisiji Nedjeljom u 2, Aleksandra Stankovića i predstavio se široj javnosti. Stanković je Petrova ugostio ponajprije kao gradonačelnika Metkovića koji je uspio ostvariti zavidne rezultate za svojega mandata.

Petrov je izjavio da je u politiku ušao zbog osjećaja duga prema društvu i na nagovor Nikole Grmoje. Potvrdio je da su se članovi MOST-a u početku tajno sastajali u strahu od Stipe Gabrića Jamba, odnosno političkih elita. Na taj način je MOST listu nezavisnih poistovjetio s građanima i pokušao dokazati da se razlikuju od političkih elita, zajedničkog neprijatelja njih i ostalih građana Hrvatske. Ispričao je i da je zbog politike dao otkaz na prijašnjim poslovima u bolnici i na fakultetu gdje je imao puno veća primanja nego što ima sada kao gradonačelnik. Ispričao je i da nema ni službeni auto, već da se u Zagreb dovezao s prijateljem. Petrov se tada izražavao jezikom razumljivim građanima, često je koristio poslovice i narodske izreke, a njegov smiren nastup ostavio je dojam staložene osobe koja zaista zna što radi. Kolokvijalnim izrazima karakterističnim za populizam također je pokazao pripadnost narodu i odmak od političkih elita.

Svoje suradnike je predstavio kao „obične“ građane, zaposlene u privatnim tvrtkama i školstvu koji se politikom bave volonterski. Petrov je od početka inzistirao na korištenju pojma „transparentnost“, pojma koji ulijeva povjerenje i koji je, u vremenu kada su neki od najsnažnijih političkih aktera upravo zbog netransparentnog ponašanja završili pred sudom, hrvatskim građanima u predizborno vrijeme bio ključan.

Inzistira i na tome da je svatko zaslužan za svoje rezultate te da će na temelju toga zaraditi plaću, Petrov kaže: „Čovjek mora upravljati sam svojim životom“ i na taj način se pred građanima odmakao od političkih elita koje se uglavnom smatraju „vladarima“.

U tom televizijskom nastupu je s gledateljima podijelio i neke osobne informacije iz djetinjstva poput one da je želio postati franjevac te je progovorio i o svom pubertetu. Na taj način se pokušao prikazati kao jedan od građana, pokušao je poručiti da se njegov život nije razlikovao od života hrvatskih građana te da je on po tome jedan od njih.

Petrov je tada u emisiji gostovao s Jasminom Jovev, zviždačicom koja je otkrila malverzacije sisačke gradonačelnice.

14. lipnja 2015. godine Petrov je drugi put nastupio u „Nedjeljom u 2“. Tada je također nastupio kao gradonačelnik Metkovića, no njegov nastup je poslužio i kao svojevrsna potvrda kandidature na tada predstojećim parlamentarnim izborima. Emisija je započela kao i ona u veljači iste godine, Petrov je pričao o svojim motivima za ulazak u politiku. Istaknuo je da je u politiku ušao zbog svoje djece, jer im je htio pružiti priliku za normalan život u Metkoviću, kakvim je on živio u svom djetinjstvu. Prisjećajući se djetinjstva, Petrov je pustio birače u svoju privatnost.

Pričao je o svojoj stambenoj situaciji, koja se ne razlikuje pretjerano od situacije većine hrvatskih građana, a ogradio se i od banki naglasivši da nije želio uzeti kredit jer ne želi bankama plaćati kamate. Tako se još jednom ogradio od političkih, te ovaj put i od financijskih elita. Opet se prikazao kao pripadnik „poštenog“ naroda koji se razlikuje od političkih i ostalih elita.

Još se jednom predstavio kao običan građanin kojega je nepravda natjerala da se počne baviti politikom i na taj način uvede promjene nabolje, odnosno kao jedan „običan“ građanin koji je iz nužde završio u „raljama“ politike. Tu su gledatelji imali priliku vidjeti čovjeka koji se nimalo nije promijenio od svog prvog nastupa u toj emisiji. Petrov je tako pokušao pokazati da se drži onoga što je govorio i nekoliko mjeseci ranije.

„Da Hrvatska ima barem jednu normalnu stranku, mi ne bismo osnovali nezavisnu listu“ izjavio je i na taj način napravio razliku između MOST-a i ostalih političkih opcija u Hrvatskoj. Progovorio je i o tada vrlo aktualnim kreditima u švicarskim francima. Za povećane kamatne stope optužio je Hrvatsku narodnu banku i Vladu Republike Hrvatske te otvoreno rekao da bi on napravio velike rezove u državnoj blagajni. Time je osudio političke elite i optužio ih za probleme koji muče „pošten“ narod.

Na ideološka pitanja nije htio odgovarati jer je, kako je rekao, smatrao da ima i važnijih problema u državi, a jedino je izjavio kako smatra da država ne bi smjela zadirati u privatnost i život svojih građana. Petrov je tako želio ušutkati sve one koji su ga nazivali konzervativnim te ga povezivali sa Željkom Markić i udrugom „U ime obitelji“ te osvojiti simpatije i liberalnijih građana koje njegova povezanost s franjevcima i Katoličkom crkvom i nije pretjerano

intrigirala. Ovime je na glasanje za MOST pozvao sve društvene skupine, nikoga nije izdvojio niti se ikome priklonio, pozvao je na široku društvenu participaciju u uvođenju reformi i promjena.

Za razliku od prvog nastupa, Petrov je govorio tečno, sigurno i bez zastajkivanja, no još uvijek se služio diskursom bliskom širem puku, koristio je simplificirana pojašnjenja poput najavljivanja rezova, no bez stručnog objašnjenja na koji način to namjerava napraviti, a govor kojim se služio bio je svakodnevan bez „teških“ riječi i gledateljima nerazumljivih pojmova.

Čelnik MOST-a je tada potpuno osvojio gledatelje koji su mu dali visoku ocjenu 9,19 od ukupnih 10 što je jedna od najviših ocjena ikad dodijeljena gostu u emisiji, a pogotovo političaru.

Njegov treći i posljednji nastup prije izbora u emisiji „Nedjeljom u 2“ najviše je odjeknuo u javnosti. Emisija je emitirana 18. listopada 2015. godine, samo nekoliko tjedana od izbornog dana. Iako još uvijek nitko nije mogao ni predvidjeti kakav će rezultat MOST ostvariti 8. studenog 2015., u javnosti su već mnogi počeli nagađati da će ovaj novi politički akter po svemu sudeći ući u Hrvatski sabor.

Tada već potpuno samouvjereni Petrov otkrio je da je MOST spreman na moguću odlučujuću ulogu u formiranju Vlade te da su svakako spremni preuzeti odgovornost. Odmaknuo se od kolokvijalizam i otkrio na koji način planira uvesti promjene na kojima su inzistirali u svojoj kampanji, a pogotovo u javnim nastupima. Spominjao je racionalizaciju državnog proračuna i najavio rezanje plaća u javnom sektoru. Iako netipično za populizam u kojemu je diskurs kolokvijalan i razumljiv, Petrov se na ovo vjerojatno odlučio kako bi netom prije izbora ipak pokazao da nije „jedino“ obični građanin, već da ipak ima neka znanja koja bi mu mogla koristiti u političkom djelovanju.

Uzmemo li u obzir da inkluzivni populist parlamentarnu demokraciju koriste kao sredstvo ostvarivanja radikalnih promjena i ne bježe od ustaljenih praksi parlamentarizma, može se zaključiti da je Petrov na ovaj način želio pokazati da je pripadnik građanstva koji je sposoban djelovati u parlamentarnoj demokraciji na višoj razini. Kada ga je voditelj Aleksandar Stanković upitao koja skupina građana će najviše „ispaštati“, Petrov je bez ustručavanja odgovorio kako će reforme zahvatiti apsolutno sve. Na taj način nije isključio niti jednu skupinu

društva iz svoje retorike i osvrnuo se na građane kao na homogenu skupinu bez isticanja individualnih potreba.

Petrov je u tom televizijskom nastupu ipak rekao da namjerava početi od smanjenja plaća ministara i saborskih zastupnika i na taj način pokazao da njegova „borba za bolju Hrvatsku“ kreće od borbe protiv političkih elita.

Ipak, rekao je da namjerava ostati gradonačelnik Metkovića čak i ako uđe u Sabor. Petrov je tada mnoge šokirao izjavom da je uvjeren kako MOST ima sigurnih najmanje deset mandata u Saboru. Ovako je pokušao pred gledateljima ostaviti dojam političara koji ne stremi postati dijelom političke elite na državnoj razini, već da mu je dovoljno ostati na lokalnoj razini, među lokalnom zajednicom.

Pričao je i o napadu koji mu se dogodio 2014. godine u Metkoviću od strane jednog građanina nezadovoljnog reformama koje je uveo u gradu i emisiju završio rečenicom: „Nisam čovjek koji se da prestrašiti. Ako treba poginut ću za ono što sam krenuo napraviti“ što je glasno odjeknulo u hrvatskim medijima. Petrov se tada biračima prikazao kao čovjek koji čvrsto vjeruje u svoje ideale te kojega ništa ne može pokolebati ili prestrašiti. Birači su u njemu vidjeli heroja, jednu vrstu mesije i spasitelja. Tom svojom rečenicom dodatno je naglasio borbu protiv političkih elita za koju se zalaže. Ovime je učvrstio svoju ulogu snažnog vođe, skoro pa herojskih osobina.

Može se pretpostaviti da je upravo taj njegov televizijski nastup bio ključan za mnoge birače koji su nekoliko tjedana kasnije glas dali MOST listi nezavisnih. Nakon tog posljednjeg nastupa u emisiji „Nedjeljom u 2“, u javnosti se počelo špekulirati može li MOST zaista preuzeti ključnu ulogu u formiranju 8. sastava Hrvatskog sabora.

Dva dana prije izbora, 6.11.2015., Božo Petrov je potpisao i kod javnog bilježnika ovjerio izjavu o nekoaliranju. U izjavi je stajalo da zastupnici MOST-a garantiraju zajedništvo do samog kraja te da neće pojedinačno ulaziti u razgovore niti se jednostrano pokloniti nijednoj koaliciji ili stranci, pomažući im tako formirati Vladu, a bez prije toga jasno utvrđenih reformskih uvjeta i rokova koje može postaviti samo Nacionalno vijeće MOST-a.

Također, tom izjavom je svojim potpisom zagantirao da će u slučaju da se to ipak dogodi, tog zastupnika isključiti iz MOST-a, a novac za njegovo zastupničko mjesto vratiti u državni proračun.

U javnosti je najviše odjeknuo dio izjave u kojoj Petrov svojim potpisom jamči da će podnijeti ostavku na mjesto predsjednika MOST liste nezavisnih te svoj eventualni saborski mandat ostaviti na raspolaganju stranci, ako se dogodi da MOST lista nezavisnih u cjelini koalira s nekom od stranaka koje su posljednjih deset godina upravljale Hrvatskom i tako im omogućiti većinu u Hrvatskom saboru.

Petrov je ovime pokazao da im se u toj borbi za reforme koju su promovirali kroz svoje nastupe mogu pridružiti i politički protivnici, odnosno pripadnici političkih elita, no uz određene uvjete MOST-a. Još je jednom ukazao da poziva na široku društvenu participaciju, da nikoga ne isključuje.

Također, ovime je želio pridobiti povjerenje građana i potvrditi da je sve što radi u potpunosti transparentno te da namjerava da tako i ostane. Na taj način je želio i ušutkati navode u medijima kako MOST čini skupina nepovezanih ljudi bez političkog iskustva i bez zajedničkih ideoloških stavova i vrijednosti te da ih to čini vrlo ranjivom cjelinom na političkoj sceni.

Članovi MOST liste nezavisnih nemaju istu, pa niti sličnu, političku pozadinu, većina njih su nezavisni načelnici manjih mjesta koji se svojim političkim stavovima često potpuno razlikuju, no ipak ih nešto povezuje u jednu središnjicu.

Iako ih ne spajaju čvrsto određene političke vrijednosti i uvjerenja, u ovom slučaju zastupnike MOST-a spajalo je snažno uvjerenje da političke elite sprječavaju napredak zemlje, gospodarski i politički.

U svojim javnim nastupima ideološke promjene su stavili sa strane, a usredotočili se na konkretne političke, gospodarske i društvene ciljeve i na taj način stvorili čvrstu političku osnovu u obliku liste nezavisnih koja se formirala u političku stranku.

MOST u svom diskursu, kategoriju „naroda”, „građana“ ili „puka“ koristi inkluzivno, bez ikakvog isključivanja po etničkoj, rasnoj, seksualnoj ili bilo kojoj drugoj osnovi. Umjesto toga, oni se, poput svih inkluzivnih populista, pozivaju na široku društvenu participaciju kroz neku vrstu emancipacijskog zajedničkog projekta usmjerenog na radikalnu demokratsku promjenu (Derado, 2014:30).

Oni svojim diskursom nisu isključivali niti jednu sferu društva, osim političkih i ekonomskih elita koje su krivili za sve loše u državi.

Svojom kampanjom su obuhvatili i nacionalne i rodne manjine, sve građane su svrstavali u poštene „puk“ izigran od strane pokvarenih političkih elita.

MOST lista nezavisnih u svojim nastupima nije građane dijelila po političkoj ili bilo kojoj drugoj osnovi, Petrov se u nastupima u „Nedjeljom u 2“ obraćao homogenoj skupini, posebno je isticao jedino političke i financijske elite, a homogenost je koristio čak i kada je govorio o bolnim rezovima nakon izbora.

7.2.NOVI MEDIJI

Velik dio kampanje MOST-a odvijao se preko interneta, odnosno društvenih mreža. Sve što se odvijalo u stranci moglo se pronaći na njihovoj službenoj Facebook stranici na kojoj su, za razliku od ostalih stranaka koje su uglavnom za glavnu komunikaciju s medijima i javnosti koristile medijska priopćenja, objavljivali svoje stavove i odgovore na sve što ih se ticalo.

Čelnik MOST-a, Božo Petrov imao je svoju zasebnu Facebook stranicu na kojoj je objavljivao svoje osobne fotografije, objave o medijskim nastupima, čestitke povodom blagdana te ostale obavijesti.

Ovako se mogao dodatno prikazati kao dio naroda, kao običan građanin, jer između njega i birača nisu stajali novinari koji prenose njegove izjave, već je njegova osobna Facebook stranica građanima omogućavala da mu se direktno obrate te je ovako mogao pokazati da nije „tamo negdje daleko“, već stalno prisutan među narodom.

Jedna od najvažnijih osobina Interneta jest interaktivnost. Isto tako, to je osobina koja će, prema brojnim teoretičarima, promijeniti političke procese uopće. Pod tim se pojmom podrazumijeva mogućnost da građani izravno kontaktiraju s političkim kandidatima (Bebić, Grbeša, 1999:187).

24 sata su 6.11. 2015. godine napravili analizu korištenja društvenih medija u predizbornim kampanjama. „Najviše koristimo Facebook. Dosad smo potrošili 1500 kuna, a planiramo još 5000 kuna“, rekli su im tada iz MOST-a. U usporedbi s drugim strankama (primjera radi, stranka Ive Josipovića koja je doživjela debakl na izborima, na oglašavanje na društvenim mrežama planirala je potrošiti 25.000 kuna (24 sata, 2015)), MOST je na oglašavanje na društvenim mrežama potrošio malu svotu novaca, a pogotovo kada se u obzir uzme konačni rezultat zasigurno potpomognut uspješnom kampanjom na društvenim mrežama.

Korištenjem novih medija, odnosno društvenih mreža, iz MOST-a su pokazali da zaista inzistiraju na onoj „transparentnosti“ o kojoj je Petrov stalno govorio u medijskim nastupima. Za razliku od medijskih objava, društvene mreže su „*two way street*“, na ovaj način birači izravno mogu komentirati postupke i stavove stranke i javno pokazati sve s čime se slažu ili ne slažu.

Ono što društvene mreže omogućuju strankama u pristupanju glasačkom tijelu, za razliku od tradicionalnih oblika kampanje jest ponajprije nefiltrirani pristup biračima. Manje stranke koje se bore za ulazak u Sabor, posebno su mogle iskoristiti tu karakteristiku Interneta. Manje, tek osnovane stranke nemaju velik budžet, a samim time niti sredstva za izradu skupih promotivnih materijala. Internet ih tu spašava na način da ih jednostavno i jeftino može približiti simpatizerima i njihov program učiniti dostupnim velikom broju birača. Ova karakteristika interneta izvrsno pogoduje karakteristici inkluzivnog populizma prema kojoj politički akteri pozivaju na široku društvenu participaciju. Internet omogućava da njihova poruka stigne do veoma širokog broja ljudi koji ne moraju nužno imati slične interese ili uvjerenja. Politički akteri na društvenim mrežama mogu birati svoju publiku prema kojoj će targetirati svoje poruke. Također, sve ono što je na bilo koji način zabranjeno u ostalim medijima, može se preusmjeriti na Internet i društvene mreže koji, po svojoj biti, informacije prenose direktno i bez posebnih procedura prije objave (Bebić, Grbeša, 1999:186).

Možda i najveća prednost novih medija u predizbornim kampanjama jest to da poruka koju politički akter upućuje, potpuno netaknuta i u svom izvornom obliku stiže do birača. Tradicionalni mediji na taj se način mogu potpuno zaobići, zajedno sa svim pozitivnim i negativnim efektima koje njihova upotreba donosi. Politički akteri su uvijek isticali kako tradicionalni mediji, posebno televizija, sažeto i subjektivno prikazuje njihove skupove, ističe proturječnosti, vlastita mišljenja, dok propušta najvažnije trenutke. Razlog tomu ne mora nužno biti cenzura, već nevještost novinara, ali ne treba zaboraviti i same karakteristike medija. Internet pruža mogućnost objavljivanja materijala u osnovnom, „čistom“ obliku, čime se ostvaruje bolji uvid u stvarni događaj. Ipak, u ovoj neposrednosti u kontaktu političkog aktera s biračkim tijelom problem nastaje kada se u obzir uzme da su upravo novinari postali najveći korisnici interneta kao izvora informacija (Bebić, Grbeša, 1999:187).

8. BOŽO PETROV – POPULISTIČKI TIP VOĐE

Posebno je zanimljiva uloga populističkog vođe u djelovanju populističkih stranaka i pokreta pa tako autori poput Canovan (1999), Albertazzija i McDonnella (2008) i Šalaja (2012) smatra jakog vođu jednim od ključnih elemenata populističkog koncepta.

Populistički vođe skloni su graditi svoj imidž kao neku vrstu kvazimesijanskog spasitelja naroda i isticati direktnu vezu s narodom, pripadnost narodu, a ne političkoj eliti, čak i u slučajevima kada su članom te elite niz godina ili cijelu (političku) karijeru. Medijska prezentacija i mobilizacija glasača preko medija iznimno su bitan faktor u djelovanju populističkih vođa (Derado, 2014:22).

Božo Petrov je u svojim javnim nastupima radio upravo to, predstavljao se kao dio naroda, običan građanin koji dotad nije sudjelovao u političkom djelovanju, a ujedno se predstavljao kao jedina osoba koja može pomoći državi i građanima. Često je u svojim televizijskim nastupima, ponajviše u onima u „Nedjeljom u 2“, isticao da jedino MOST može donijeti nužno potrebne promjene u Hrvatsku jer su ostale stranke za to već imale priliku i „prokockale“ je. Petrov je u medijima nastupao kao čovjek koji nema nikakvo prijašnje iskustvo u politici, koji sve što radi, radi za dobro svoje obitelji i zajednice u kojoj živi.

Pričom o tajnom sastajanju članova MOST-a u Metkoviću kako bi se sakrili od opasnih političkih protivnika napravio je jasnu distinkciju između njih i ostalih političara koji su im prema toj priči predstavljali čak i opasnost.

Građanima se u svojim istupima pokušao približiti svojom osobnom životnom pričom bliskom većini Hrvata. Političar koji živi u podstanarstvu, sa suprugom koja radi kao učiteljica u područnoj školi i djecom koju ne eksponira u javnosti, bez službenog automobila i snažnih stavova i vjere bio je nešto što Hrvati još nisu doživjeli na političkoj sceni.

Petrov je u očima građana želio pokazati da „običan“ građanin, bez snažne političke pozadine i veza može odigrati bitnu ulogu u kreiranju vlasti. Iako su se prije njega na taj način pokušali

nametnuti i Mirela Holy i Ivan Vilibor Sinčić, njihovi „neobični“, alternativni načini života, izgleda, ipak nisu uspjeli prodrijeti do hrvatskih građana poput mladog obrazovanog obiteljskog čovjeka s religijskim uvjerenjima.

Petrov je predstavljao prosječnog Hrvata, obiteljskog, religioznog čovjeka koji se poput svih bori da preživi, a svoje visoko obrazovanje u javnim nastupima nikada nije stavljao na prvo mjesto pa se nije svrstavao ni u obrazovnu elitu.

U medijskim nastupima se često služio poslovicama i izrekama koje se koriste u kolokvijalnom jeziku. U svojim televizijskim nastupima u emisiji „Nedjeljom u 2“, ponašao se dojam mirno, neopasno, no pri kraju bi uvijek završio sa snažnim porukom.

U svom posljednjem nastupu u emisiji „Nedjeljom u 2“, Petrov je na koncu emisije glasno uzviknuo da je spreman umrijeti za ono u što vjeruje, što je postala udarna vijest u svim hrvatskim medijima.

U svojim nastupima predstavljao se poput heroja, mesije, spasitelja bez skrivenih namjera koji je u stanju umrijeti za svoje ideale. Ubrzo su ga tako počeli prikazivati i mediji koji su pomno pratili svaki njegov sljedeći korak i izvještavali o njegovim postignućima o prošlosti. Na taj način se pokušao povezati i s mladima koji se uglavnom smatraju nositeljima promjena u društvu, ali i u to vrijeme vrlo problematičnom braniteljskom populacijom koja je također bila spremna „umrijeti za domovinu“. Često je naglašavao kako se država nema pravo miješati u privatni život građana te kako svatko mora sam biti gospodar svoga života.

Petrov je govorio jedino protiv elita, političkih, ekonomskih i poslovnih. Javno je govorio da namjerava uvesti bolne rezove, no za te rezove je ponovno okrivljavao elite koje su uništavale Hrvatsku zbog svoje dobiti. Govorio je i protiv banaka i protiv političara, no nikada nikoga nije javno prozvao, već je svoje „prijetnje“ i prozivanja generalizirao na „banke“, „političare“, „oni znaju tko su“ i slično.

Njegov suradnik i „mozak operacije“ Nikola Grmoja, u medijima je priznao da je od samog početka bio svjestan da on ne bi mogao u javnosti izazvati tolike simpatije kao odmjereni Petrov te da su upravo zbog toga baš njega odabrali kao lice MOST-a.

Mediji su o njemu izvještavali kao o heroju, čudu, svojevrsnom mesiji. Prema podacima stranice obavjestajac.hr koja skuplja podatke sa, kako kažu, „svih relevantnijih“ hrvatskih portala, Božo Petrov se u vijestima na hrvatskim portalima u listopadu (od 1.10 do 31.10) spominjao od jedan do 13 puta dnevno (obavjestajac.hr, 2016)¹¹, dok se primjerice kandidat Domoljubne koalicije, Tomislav Karamarko, u istom tom razdoblju spominjao od 16 do 81 puta dnevno (obavjestajac.hr, 2016)¹². Zoran Milanović se u istom tom razdoblju na hrvatskim portalima od 11 do 115 puta (obavjestajac.hr, 2016)¹³. Ovo pokazuje da je Petrov na portalima bio znatno manje zastupljen u vremenu prije izbora, no sugerira i da su, s obzirom na kasniji izborni rezultat, ostali zaista upamćeni od strane birača.

Također, u razdoblju od 1. listopada do 31. listopada 2015. godine na hrvatskim portalima s ključnom riječju Božo Petrov objavljeno ukupno 158 članaka, a većina tih tekstova je bila objavljena kao tekst i o MOST listi nezavisnih.

Tako je Večernji list godinu dana prije izbora, 18. studenog 2014. godine, objavio članak pod naslovom „Božo Petrov – postoji li čudo u Metkoviću?“ u kojemu su objavili stavove Petrovljeva političkog neprijatelja Stipe Gabrića Jamba o njegovim potezima u Metkoviću te, nasuprot tome, stavove građana Metkovića o mladom gradonačelniku.

„Napravio je puno toga. Pokriven je minus i može dalje raditi. Sada će u projekte. Dokazao je da se može, a nije mogao napraviti više u situaciji kakvu je zatekao“, prenijeli su jednu od izjava građana Metkovića uz koju su dodali da se građani slažu da će „za čudo trebati mnogo više, no zasad su zadovoljni s čudom smanjenja potrošnje“ (Večernji list, 2014). Unatoč tome što izjave u samom tekstu ne sugeriraju „božansko“ poslanje i „čuda“ Bože Petrova, Večernji list je za naslov odabrao upravo isticanje (točnije propitkivanje) ostvarivanja „čuda“ u Metkoviću što pokazuje da je Petrov u medijima još godinu dana prije izbora bio prikazivan kao neka vrsta mesije.

Portal Index.hr (2014)¹⁴ je također godinu dana prije izbora, 24. listopada 2014. godine, objavio intervju s Božom Petrovom pod naslovom „Kako bih promijenio Hrvatsku od vrha do dna“. Petrov je tu komentirao sve aktualne probleme, nudio svoja rješenja i komentirao postupke tadašnjeg premijera Zorana Milanovića. Iako tada „samo“ lokalni političar, Petrov je tu dobio priliku da komentira nacionalna pitanja i nudi svoja rješenja, što je također indikativno za pripisivanje uloge snažnog političkog vođe. Index.hr je tu Petrova stavio u ulogu osobe koja,

¹¹ <https://www.obavjestajac.hr/osobe/10521/bozo-petrov?range=godina> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

¹² <https://www.obavjestajac.hr/osobe/3961/tomislav-karamarko?range=godina> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

¹³ <https://www.obavjestajac.hr/osobe/2305/zoran-milanovic?range=godina> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

¹⁴ <http://www.index.hr/vijesti/clanak/veliki-intervju-boze-petrova-kako-bih-promijenio-hrvatsku-od-vrha-do-dna/779383.aspx> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

unatoč tome što još nema nikakav legitimitet za to, ima važnost i relevantnost za komentiranje i nuđenje rješenja za aktualne nacionalne probleme.

U razdoblju neposredno prije izbora, Slobodna Dalmacija 24. listopada 2015. godine na naslovnici svog subotnjeg priloga „Spektar“ piše: „Trebaju nam hrabriji političari. I pošteniji. Po svemu drukčiji.“, a u tekstu se sugeriralo na političara koji se zalaže za smanjenje javne uprave, koji ima dovoljno „hrabrosti“ da uvede reforme i promjene te bolne rezove. Sve su to bili izrazi koje je Petrov koristio u svojim javnim nastupima pa se iz teksta moglo iščitati da redakcija Slobodne Dalmacija, koja je potpisala tekst, misli upravo na njega. Izrazi „hrabriji“, „pošteniji“ i „po svemu drukčiji“ također su sugerirali na kvazimesijansko poslanje političkog aktera.

27. listopada 2015. godine Večernji list objavljuje intervju s gradonačelnikom Omiša i kandidatom MOST-a, Ivanom Kovačićem, pod naslovom „Božo Petrov bio bi bolji premijer i od Milanovića i od Tomislava Karamarka“. Iako je tekst fokusiran na poteze i stavove Ivana Kovačića, Večernji list je u naslov stavio upravo Božu Petrova što sugerira da je on i u javnim istupima ostalih članova MOST-a bio najistaknutija osoba.

Ovi primjeri medijskih tekstova pokazuju da je Petrov zaista u medijima uživao status neke vrste mesije te da je bio najistaknutija osoba kada se govorilo o MOST listi nezavisnih.

9. IZBORI – KONAČNI REZULTAT

Na parlamentarnim izborima je glasalo 2.304.403 birača, odnosno 60,82% sveukupnog broja prijavljenih birača (www.dip.hr, 2015¹⁵). MOST je u devet od ukupnog jedanaest izbornih jedinica završio na trećem mjestu. U četvrtoj izbornoj jedinici pretekao ga je lokalni HDSSB s manje od 1%, a jedanaesta izborna jedinica je većinski glasove dala Domoljubnoj koaliciji.

Domoljubna koalicija na čelu s HDZ-om je osvojila 59 mandata, koalicija Hrvatska raste na čelu s SDP-om 56 mandata, a MOST lista nezavisnih 19 mandata i tako preuzela titulu pobjednika izbora. MOST je u ovoj poziciji dobio mogućnost formiranja Vlade na način da može zahtijevati svoje uvjete od Domoljubne koalicije ili koalicije Hrvatska raste.

¹⁵<http://www.izbori.hr/ws/index.html> (pristupljeno 14.7.2016.)

Na njima je sada bila teška odluka, koalicija ili izlazak na nove izbore. Građani su većinski očekivali izlazak u drugi krug izbora zbog svega što se moglo iščitati iz dosadašnjih nastupa MOST-ovaca.

Istraživanje Ipsos Pulsa je pokazalo da su glasači MOST liste nezavisnih u prosjeku „nešto više visokog obrazovanja nego što je prosječna populacija Hrvatske. Druga karakteristična stavka jest to da su njihovi birači srednje životne dobi. I to nisu glasači koji su na prethodnim izborima glasali za neki od dva vodeća bloka“, izjavio je direktor te agencije za televiziju Jabuka TV.

Smatram da upravo to pokazuje da je Petrov svojim javnim istupima uspješno upotrijebio populističke metode. Svojim izjavama je uspio mobilizirati širu javnost, razne društvene aktere, a činjenica da su to bili ljudi koji dotad nisu glasali za SDP ili HDZ pokazuje da je populističkim metodama uspio mobilizirati i one čiji su politički stavovi dotad u kreiranju vlasti bili marginalizirani ili one koji možda dotad ni nisu izlazili na izbore.

10. ZAKLJUČAK

Tip populizma koji je MOST koristio u predizbornoj kampanji 2015. godine naziva se „inkluzivni“ populizam.

MOST u svom diskursu, kategoriju „naroda“, „građana“ ili „puka“ koristi inkluzivno, bez ikakvog isključivanja po etničkoj, rasnoj, seksualnoj ili bilo kojoj drugoj osnovi.

MOST lista nezavisnih je kroz svoje javne istupe pozivala na radikalnu društvenu promjenu uz široku društvenu participaciju. U proces uvođenja tih društvenih promjena pozivali su sve društvene i političke pokrete. Suradnju su nudili i pripadnicima političkih elita te čak i bivšim političkim protivnicima, no uz poštivanje određenih uvjeta. Kao sredstvo ostvarenja tog cilja nisu najavljivali odstupanje od dosadašnje prakse parlamentarne demokracije, a toga su se držali i u svom Statutu stranke.

U svojim javnim istupima koristili su se populističkim komunikacijskim stilom, govorili su o poštenom narodu kojeg iskorištavaju pokvarene političke elite. S tim poštenim narodom su se

poistovjećivali, sebe su predstavljali kao pripadnike „običnog“ naroda koji su silom prilika završili u politici. Koristili su svakodnevn, kolokvijalni govor i izbjegavali stručne izraze. Aktualne političke, društvene i gospodarske probleme opisivali su veoma jednostavno, izbjegavali su korištenje stručnih izraza, a na primjerima djelovanja na lokalnoj razini, simplificirali su rješenja aktualnih problema na državnoj razini govoreći o smanjenju broja zaposlenih u javnoj upravi, uštedama te borbi s korupcijom i kriminalom.

Populizam su koristili i ideološki odnoseći se u svojim nastupima prema politici kao izrazu volje moralne većine, odnoseći se prema građanima kao prema homogenom, jedinstvenom tijelu pri čemu su zanemarivali različite političke interese i individualne potrebe. Njihova glavna ideja je bila borba poštenog naroda protiv korumpiranih političkih elita i to su prikazivali kao razlog zbog kojeg su se oni, naizgled heterogena skupina, okupili i ujedinili u političkog aktera radi ostvarivanja cilja koji je radikalna društvena promjena.

MOST lista nezavisnih je dokaz da zajednička vrijednost može biti i osnovna karakteristika populizma kao političke komunikacije – borba između naroda i političkih elita. MOST je dokaz i da ta vrijednost, odnosno uvjerenje može biti dovoljno jako da stvori snažnog političkog aktera koji može preuzeti ključnu ulogu u formiranju vlasti jedne države.

Po ovome se mogu usporediti s grčkom Syrizarom koja je u Grčkoj na sličan način postala snažan politički akter te također odigrala ključnu ulogu u formiranju vlasti u toj zemlji. Razlika je jedino što se Syriza ideološki svrstava u političku ljevicu, dok MOST nema točno određeno politički ideološko određenje te to što je MOST na političkoj sceni napredovao mnogo brže nego Syriza.

Naposljetku, može se zaključiti da je Božo Petrov svojim medijskim nastupima, pogotovo u emisiji „Nedjeljom u 2“ odigrao ključnu ulogu za ovakav rezultat MOST-a. On je pravi primjer populističkog snažnog vođe. Svojim medijskim istupima predstavio se kao pripadnik naroda, drugačiji od političkih elita te osoba skoro mesijanskog poslanja koja bi, kako je izjavio u jednom od svojih nastupa, mogao umrijeti za svoje ideale.

11. LITERATURA

- Abts, K., Rummens, S. (2007) Populism versus Democracy. *PoliticalStudies*. (55) 405-424
- Albertazzi, D., McDonnell D. (2008) *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*, New York, Palgrave
- Bebić, D., Grbeša, M. (1999) Internet – novo poglavlje, *Politička misao*, Vol XXXVI, br. 4, str. 179—191
- Canovan, M. (1999) Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy, *Political Studies*, 47 (1), 2 – 16.
- Canovan, M. (2002) Taking Politics to the People: Populism as the Ideology of Democracy, U: Meny, Y. i Surel, Y. (ur.), *Democracies and the Populist Challenge*, 25 – 44. Basingstoke, Palgrave.
- Decker, F. (2008) Germany: Right-wing Populist Failures and Left-wing Successes, U: Albertazzi, D. i McDonnell, D. (ur.), *Twenty-First Century Populism: The Spectre of Western European Democracy*, 119 –134. New York, Palgrave.
- Derado, A. (2014) Populizam i kriza demokracije. *Časopis studenata sociologije Amalgam*, (6) 19-36, Zagreb: Hrvatski studiji
- Di Tella, T. (1995) Populism. U: Lipset, S. M. (ur.). *The Encyclopedia of Democracy*. Washington: Congressional Quarterly Books
- Grbeša M., Šalaj B. (2016) Textual Analysis of Populist Discourse in 2014/2015 Presidential Election in Croatia, Zagreb
- Grbeša, M. (2005) To What Extent and in What Ways do Election Campaigns Matter? *Politička misao*, XLII (5):87–95, Zagreb
- Jansen, R. S. (2011). *Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism*. *Sociological Theory*. (29) 2:75–96, Michigan

- Jožanc, N. (2015) Studija slučaja u komparativnoj politici, *Politička misao*, (3):35-58, Zagreb
- Meny, Y. i Surel, Y. (2002) *The Constitutive Ambiguity of Populism*, U: Meny, Yves i Surel, Yves (ur.), *Democracies and the Populist Challenge*, 1 – 21. Basingstoke, Palgrave.
- Milardović, A. (2004) *Populizam i globalizacija*. Zagreb, CPI.
- Mouffe, C. (2013.) *Agonistics: Thinking the World Politically*, London, Verso.
- Mudde C. (2004) *The Populist Zeitgeist*. *Gov. Oppos.* 39(4):541–63
- Shils, E. A. (1956) *The Torment of Secrecy: The Background and Consequences of American Security Politics*. Glencoe: Free Press
- Standing, G. (2011) *The Precariat: The New Dangerous Class*, London, Bloomsbury Academic.
- Stavrakakis, Y. i Katsambekis, G. (2014) *Left-wing populism in the European periphery: The Case of Syriza*, *Journal of Political Ideologie*, 19 (2): 119 – 142
- Šalaj, B. (2012) *Što je populizam? Politološki pojmovnik: Populizam*. Zagreb, 11(1):55–61.
- Taggart, P. (2002.) *Populism and the Pathology of Representative Politics*, U: Meny, Y. i Surel, Y. (ur.), *Democracies and the Populist Challenge*, 62 - 80. Basingstoke, Palgrave
- Tkalec Verčić V., Sinčić Ćorić D., Pološki Vokić N. (2010) *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada*, Zagreb, M.E.P. d.o.o.
- Tsakatika, M. i Eleftheriou, C. (2013.), *The Radical Left's Turn towards Civil Society in Greece: One Strategy, Two Paths*, *South European Society and Politics*
- Zakošek, N. (2010) *Zauzdani populizam: fenomen Milana Bandića*. *Političke analize*, (1):6–10, Zagreb
- Yin, R.K. (2003) *Case Study Research: Design and Methods*, Sage
- Obavjestajac.hr (2016) <https://www.obavjestajac.hr/osobe/> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

Službene stranice Državnog izbornog povjerenstva Republike Hrvatske (2015) <http://www.izbori.hr/ws/index.html> (pristupljeno 14.7.2016.)

European Statistic (2013), ec.europa.eu/eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/6035076/3-04112014-BP-EN.pdf/62f94e70-e43a-471f-a466-2e84d1029860> (pristupljeno 10.7.2016.)

European Statistic (2015), ec.europa.eu/eurostat, http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Structure_of_government_debt (pristupljeno 14.7.2016.)

European Statistic (2015), ec.europa.eu/eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/7091248/3-01122015-AP-EN.pdf>(pristupljeno 14.7.2016.)

Galović, T. (2015) Pročitajte puni popis: Tko uz Petrova čini Nacionalno vijeće MOST-a, [direktno.hr http://direktno.hr/en/2014/medijski_partneri/30936/Pro%C4%8Ditajte-puni-popis-Tko-uz-Petrova-%C4%8Dini-Nacionalno-vije%C4%87e-Mosta.html](http://direktno.hr/en/2014/medijski_partneri/30936/Pro%C4%8Ditajte-puni-popis-Tko-uz-Petrova-%C4%8Dini-Nacionalno-vije%C4%87e-Mosta.html) (pristupljeno 1.7. 2016.)

MOST lista nezavisnih – Statut, <http://most-nl.com/statut/> (pristupljeno 1.6. 2016.)

Službene stranice Državnog izbornog povjerenstva Republike Hrvatske (2015), [izbori.hr](http://www.izbori.hr), <http://www.izbori.hr/2013Lokalni/rezult/rezultati.html> (pristupljeno 20.6.2016.)

Službene stranice Grada Metkovića, Zapisnik o proračunu (2013), [metkovic.hr](http://www.metkovic.hr), http://www.metkovic.hr/uprava/dokumenti/Zapisnik_o_prora%C4%8Dunskom_nadzoru_14072014.pdf (pristupljeno 21.6. 2016.)

Šutalo, M. (2014) Božo Petrov – hrvatski političar za kakvim vape u BiH, [dw.com http://www.dw.com/hr/bo%C5%BEo-petrov-hrvatski-politi%C4%8Dar-za-kakvim-vape-u-bih/a-17429334](http://www.dw.com/hr/bo%C5%BEo-petrov-hrvatski-politi%C4%8Dar-za-kakvim-vape-u-bih/a-17429334) (pristupljeno 1.6.2016)

Vidov, P. (2014) Veliki intervju Bože Petrova: Kako bih promijenio Hrvatsku od vrha do dna, [index.hr](http://www.index.hr), <http://www.index.hr/vijesti/clanak/veliki-intervju-boze-petrova-kako-bih-promijenio-hrvatsku-od-vrha-do-dna/779383.aspx> (pristupljeno 7. rujna 2016.)

Večernji list (2014) Božo Petrov bio bi bolji premijer i od Milanovića i od Tomislava Karamarka, 27. 10. 2015.

Jutarnji list (2015) Još nije vrijeme za realno konkurentnu treću opciju, 27.10. 2015.

Jutarnji list (2015) Most je instrument SDP-a da osvoji vlast tamo gdje oni ne mogu, 5.11. 2015.

Slobodna Dalmacija (2015) Spektar, 24.10. 2015.

Večernji list (2014) Božo Petrov – postoji li čudo u Metkoviću?, 18. 11. 2014

Slobodna Dalmacija (2015) Spektar, 24.10. 2015.

SAŽETAK

Od široj javnosti nepoznate političke opcije, MOST nezavisnih lista je u manje od godinu dana prije parlamentarnih izbora uspio privući ogromno biračko tijelo i osvojiti čak 19 mandata u Hrvatskom Saboru. Prije toga su u samo pola godina od osnutka do lokalnih izbora u Metkoviću, srušili Stipu Gabrića Jamba koji je tim gradom vladao punih 16 godina.

Što je to što je MOST približilo hrvatskim građanima koji su dotad svoje glasove redovito dijelili između HDZ-a i SDP-a? Jesu li to dotad ostvareni uspjesi u Metkoviću ili je MOST svojom političkom komunikacijom uspio uvjeriti građane u svoju politiku, odnosno predstaviti se kao drugačiji, „outsideri“ koji se bore protiv snažnih političkih elita?

Ovaj diplomski rad kreće od pretpostavke da je MOST nezavisnih lista u svojoj predizbornoj kampanji za parlamentarne izbore 2015. godine veoma uspješno koristio populističke metode kao što su isticanje podjele društva na pošten narod i korumpiranu političku elitu, izjednačavanje s građanima te snažno naglašenu ulogu vođe.

KLJUČNE RIJEČI

populizam, MOST lista nezavisnih, inkluzivni populizam, populistički tip vođe

