

Celebrity populizam u Hrvatskoj na primjeru Ivana Pernara i Miroslava Škore

Vuković, Silvija

Master's thesis / Diplomski rad

2019

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:114:048274>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-24**



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

Silvija Vuković

CELEBRITY POPULIZAM U HRVATSKOJ NA PRIMJERU IVANA PERNARA I
MIROSLAVA ŠKORE

DIPLOMSKI RAD

Zagreb, 2019.

Sveučilište u Zagrebu
Fakultet političkih znanosti
Diplomski studij novinarstva

CELEBRITY POPULIZAM U HRVATSKOJ NA PRIMJERU IVANA
PERNARA I MIROSLAVA ŠKORE

DIPLOMSKI RAD

Mentorica: izv. prof. dr. sc. Marijana Grbeša-Zenzerović

Studentica: Silvija Vuković

Zagreb
rujan, 2019.

Izjavljujem da sam diplomski rad „Celebrity populizam u Hrvatskoj na primjeru Ivana Pernara i Miroslava Škore“, koji sam predala na ocjenu mentorici izv. prof. dr. sc. Marijani Grbeši-Zenzerović, napisala samostalno i da je u potpunosti riječ o mojem autorskom radu. Također, izjavljujem da dotični rad nije objavljen ni korišten u svrhe ispunjenja nastavnih obaveza na ovom ili nekom drugom učilištu, te da na temelju njega nisam stekla ECTS bodove.

Nadalje, izjavljujem da sam u radu poštivala etička pravila znanstvenog i akademskog rada, a posebno članke 16.-19. Etičkoga kodeksa Sveučilišta u Zagrebu.

Silvija Vuković

SADRŽAJ RADA

1. Uvod.....	str. 1-2
2. Teorijski okvir populizma.....	str. 2-5
2.1. Kontekst pogodan za populizam.....	str. 5-6
3. Teorijski okvir celebrity politike	str. 6-7
3.1. Kategorizacija celebrity političara.....	str. 8-9
4. Društvene mreže – raj za celebrity političare i populiste.....	str. 10-11
5. Celebrity populizam	str. 11-12
5.1. Kategorizacija i obilježja celebrity populista.....	str. 12-14
6. Istraživanje – cilj i metoda.....	str. 14-16
6.1. Hrvatski društveno-politički-kontekst.....	str. 16-17
6.2. O Miroslavu Škori.....	str. 17-18
6.3. O Ivanu Pernaru.....	str. 18-19
7. Studija slučaja Miroslava Škore.....	str. 19
7.1. Populizam u najavi kandidature.....	str. 20-22
7.2. Medijski narativ: status zvijezde kao temelj kampanje.....	str. 22-24
7.3. Obilježja celebrity populizma Miroslava Škore.....	str. 25
8. Studija slučaja Ivana Pernara.....	str. 26
8.1. Performansi u Saboru.....	str. 27-30
8.2. Celebrity među mladima.....	str. 30-32
8.3. Facebook stranica.....	str. 32-33
8.4. Populizam.....	str. 33-34
8.5. Obilježja Ivana Pernara kao reality show celebrity populiste.....	str. 34
9. Zaključak.....	str. 35-36
10. Literatura.....	str. 36-39

1. Uvod

Volodymyr Zelensky ove je godine postao predsjednik Ukrajine bez ikakvog prethodnog iskustva u politici. U kampanji se uvelike oslanjao na svoj zvjezdani status komičara (koji između ostalog ismijava političku elitu) te glumca koji je u jednoj od aktualnih serija u Ukrajini igrao običnog čovjeka koji postaje predsjednik. Bez konkretnog programa, s ispraznim frazama i populističkim idejama, Zelensky je osvojio izbore i postao vijest svih svjetskih medija, a neki od njih nazvali su ga celebrity populistom. Njegova pojava, pa i pobjeda, samo je jedna u nizu mnogih takvih koje se događaju posljednjih godina, a trend tzv. celebrity populizma ne preskače ni Hrvatsku u kojoj je jedan od kandidata na predstojećim predsjedničkim izborima poznati pjevač Miroslav Škoro. Osim što su i Zelensky i Škoro slavne osobe koje su ušle u politiku, karakterizira ih i populistički diskurs. Celebrity politika i populizam u takvim su se slučajevima združili, pa možemo govoriti o fenomenu koji se naziva „celebrity populizam“.

Populizam i celebrity politika posljednjih se nekoliko desetljeća u znanosti intenzivno proučavaju. Nakon pobjede Donalda Trumpa na predsjedničkim izborima u Sjedinjenim Američkim Državama 2016. godine, postalo je jasno da je populizam, baš kao i celebrity politika, postao sve prisutniji u suvremenom demokratskom svijetu. Politika je praktički postala show, a showmeni u njoj vode glavnu riječ. Donald Trump također je proučavan i kao celebrity političar i kao populist, no celebrity populizam kao takav se još nije počeo dovoljno proučavati i objašnjavati, iako se sve češće spominje povezanost ova dva fenomena.

U ovom diplomskom radu kroz teorijski okvir populizma i celebrity politike želim objasniti kako se te pojave spajaju u celebrity populizam. Cilj mojeg rada je pokazati da su Miroslav Škoro i Ivan Pernar, predsjednički kandidati na izborima koji će se održati 2019./2020. godine u Hrvatskoj, celebrity populistu te na primjeru ova dva kandidata želim pokazati razliku između dva tipa celebrity populista koja navodim u teorijskom dijelu. Škoru kategoriziram kao celebrity populista tipa 1 koji iz svijeta zabave ulazi u politiku te ga obilježava populizam, a Pernara kao tip 2 koji je populist koji tek u političkom svijetu stvara imidž sebe kao slavne zvijezde. Uz to, cilj mi je i pokazati koje karakteristike ima njihov celebrity populizam.

Rad se sastoji od teorijskog dijela u kojem u drugom poglavlju nudim teorijski okvir populizma, a u trećem poglavlju teorijski okvir celebrity politike. Potom u četvrtom poglavlju opisujem značaj društvenih mreža u suvremenoj političkoj komunikaciji. Peto poglavlje govori o celebrity

populizmu, fenomenu koji je nastao spajanjem celebrity politike i populizma, te uz objašnjenje samog pojma celebrity populizma predstavljam i kategorizaciju koju sam izradila na temelju ranijih pisanja autora koji su se doticali povezanosti celebrity politike i populizma. Potom u šestom poglavlju opisujem istraživanje, prvo cilj i metodu, a potom predstavljam podatke o Škori i Pernaru te hrvatskom društveno-političkom kontekstu. Metoda koju koristim je studija slučaja jer smatram da je to najbolji način da se detaljno prikažu sve karakteristike oba tipa celebrity populista i da se prouči njihov celebrity populizam u društveno-političkom kontekstu u kojem se Hrvatska nalazi. Potom slijede studija slučaja Miroslava Škore u sedmom, te Ivana Pernara u osmom poglavlju u kojima podrobnije razlažem karakteristike njihovog celebrity populizma. Posljednje poglavlje je zaključak u kojem se osvrćem na fenomen celebrity populizma.

2. Teorijski okvir populizma

Populizam se u javnosti često spominje, a posljednjih nekoliko desetljeća sve se više autora i znanstveno bavi ovim fenomenom, no ne postoji jedinstveno shvaćanje toga što on ustvari jest.

Već je iz same riječi populizam (latinski *populus* znači narod) prikazana narav populista koji kažu da govore u ime naroda. Iako na prvu zvuči kao ono što bi demokracija trebala biti ako je demokracija vladavina naroda, Šalaj (2012) piše da se ta dva pojma u suvremenoj upotrebi ipak razlikuju. „Pojam demokracija u javnome i političkom diskursu uglavnom ima pozitivne konotacije, dok se za pojam populizam najčešće vezuju negativne konotacije“ (Šalaj, 2012: 55). Milardović (2004: 26) također piše da se „populizam ni u kojem smislu ne može izjednačiti s pojmom demokracije, premda se u središtu tih pojmova nalazi 'narod': *populus* i *demos*“.

Kada se za nekog u javnosti kaže da je populist, obično ga se i bez poznavanja značenja pojma pokušava diskreditirati ukazujući na nešto negativno. Grbeša i Šalaj (2017: 322) navode da se pojmom koriste politički analitičari i novinari, najčešće opisujući nove aktere na političkoj sceni. Uz to, ističu da se populizam kao pojam koristi i u političkom diskursu kako bi se diskreditiralo one aktere koji pričaju laži i obećavaju nerealno. Treći vid korištenja pojma je znanstveni u kojem se populizam proučava i objašnjava kao društveni fenomen koji je sve prisutniji, a upravo se u posljednja dva desetljeća autori njime sve više bave.

U znanosti se razvilo više teorija oko toga što populizam je, međutim dva pristupa postala su dominantna. Prvi je onaj koji populizam vidi kao političko-komunikacijski stil čija je glavna odrednica pozivanje na narod, a drugi onaj koji ga smatra političkom ideologijom (Grbeša i Šalaj, 2018: 35-37).

Tako na primjer Moffitt i Tormey za populizam kažu da je to “politički stil kao repertoar performansi koje se koriste za izgradnju političkih odnosa” (Moffitt i Tormey, 2014: 387 cit. prema Groshek i Koc-Michalska, 2017: 3). S druge strane, najprihvaćenija definicija ona je Casa Muddea koja ga opisuje kao ideologiju.

Definicija populizma koju je on ponudio jedna je od najprihvaćenijih, a kaže da je populizam „ideologija koja dijeli društvo na dvije antagonističke grupe, pošten narod i korumpiranu elitu, i koja tvrdi da bi politika trebala biti izraz opće volje naroda“ (Mudde 2004: 543). Temeljem toga, ono što populizam kao ideologiju razlikuje od populizma kao političko-komunikacijskog stila jest antielitizam.

„Konceptualno gledano, populizam shvaćen kao ideologija 'širi' je od populizma kao političko-komunikacijskog stila, jer osim pozitivnog referiranja na narod sadrži i dimenziju difuznog, općenitog političkog antielitizma“ (Grbeša i Šalaj, 2018: 53).

Pozivanje na narod česta je komunikacijska taktika koju koristi velik broj političara, pa ako ne uvijek, onda barem u nekom trenutku političkog djelovanja. Populistički stil u Hrvatskoj možemo često čuti kod, na primjer, Milana Bandića i Kolinde Grabar-Kitarović, ali da bi se okarakterizirali populistima, nedostaje im istaknuto protivljenje i odmak od političke elite.

Grbeša i Šalaj predlažu (2017: 328; 2018: 50-64) inkluzivni model analize koji obuhvaća oba shvaćanja populizma: i kao političko-komunikacijskog stila i kao ideologije. Nužno je, smatraju oni, da bi se za nekoga moglo reći da je populist, i pozitivno referiranje na narod i antielitizam i to kontra svih političkih elita, a ne samo jedne skupine političkih elita. Smatraju da će takva istraživanja pomoći razlikovanje između 'povremenih populista' i pravih populista.

Kada se govori o populizmu kao ideologiji, naglašava se da je ta ideologija „slaba“ ili *thin-centered*, kako je opisuje Cas Mudde. Narod naspram elite i antielitizam su sve što povezuje populiste, pa se oni među sobom mogu dijametralno razlikovati na što nam ukazuje činjenica da su neki od populista Donald Trump, Bernie Sanders, Beppe Grillo, Volodymyr Zelensky, Miroslav

Škoro i Ivan Pernar koji se u bitnim pitanjima i političkim stavovima razlikuju. Upravo je to razlog zbog kojeg se populizam smatra „slabom“ ideologijom kojoj je jaka jedino osnova koja dijeli narod i elitu, ali se zbog svoje prirode populizam može lako miješati s drugim ideologijama (Mudde, 2004: 544), što u svojem radu objašnjava i Šalaj (2012):

„Populizam ima središnju konceptijsku 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. Budući da ti sadržaji i vrijednosti mogu biti vrlo različiti, populizam se može smatrati slabo utemeljenom (*thin-centred*) ideologijom. Upravo se zato lako može kombinirati s drugim ideologijama“ (Šalaj, 2012: 59).

Prvu podjelu populista napravila je još početkom osamdesetih godina prošlog stoljeća Margaret Canovan koja ga je podijelila na agrarni i politički populizam sa svojim podtipovima. Agrarni dalje dijeli na populizam farmera, populizam intelektualaca i zemljoradnički populizam, a politički na populističku demokraciju, političarski populizam, reakcionarni populizam te populističke diktature (Šalaj, 2012: 56). Prema novijim tumačenjima, populizam koji zadnjih nekoliko desetljeća jača u europskim državama (Grbeša i Šalaj, 2018: 92) dijeli se u tri smjera: lijevi, desni i populizam centra (Grbeša i Šalaj, 2018: 121).

Mudde (2004: 546) govori da populistički narod uvijek predstavljaju kao homogenu skupinu, pa je često jasnije protiv koga i čega su populistički usmjereni. Smjer populizma stoga se određuje tako da se ustanovi zajednički neprijatelj kojeg populistički proziva. Dakako, svi populistički prvenstveno su protiv političkih elita koje prikazuju kao korumpirane i loše, pa sva tri smjera karakterizira antielitizam i poistovjećivanje s narodom, a razlika nastaje u dominantnom prikazivanju izvora zla, to jest, definiranju „opasnih drugih“ koji stoje u suprotnosti s „nama“.

O tome kakvog će političkog smjera populizam biti ovisi postojeći kontekst, to jest, trenutna pozicija elita na vlasti kojoj se populistički protive (Grbeša i Šalaj, 2017: 327). U lijevom populizmu „opasni drugi“ nalaze se na vertikalnoj razini, a najčešće je riječ o bankarskim elitama (Grbeša i, Šalaj, 2018: 121). Populizam centra uopće nema „opasne druge“ ni na vertikalnoj ni na horizontalnoj razini, a karakterizira ga isključivo osnovni populistički diskurs u kojem se poziva na narod i za loše stanje optužuje političke elite (Grbeša i Šalaj, 2018: 125). Desni populizam „opasne druge“ pronalazi na horizontalnoj razini što znači da iz naroda isključuju neke skupine, a najčešće se radi o imigrantima te etničkim i religijskim manjinama (Grbeša i Šalaj, 2018: 126).

Desni populistički često se protive i Europskoj uniji kao supranacionalnoj državi (Milardović, 2004: 180), ali je isto primijećeno i kod lijevih populista (Polk i Rovny, 2017. cit. prema Grbeša i Šalaj, 2018: 63).

U ovom radu želim ukazati na još jednu podvrstu populizma koja se zove celebrity populizam, a koja je također sve prisutnija u Europi, no prije toga potrebno je objasniti kontekst u kojem se populizam pojavljuje, te ponuditi teorijsku osnovu celebrity politike.

2.1. Kontekst pogodan za populizam

Populizam se posljednjih godina sve više analizira i istražuje, međutim, točan početak fenomena teško je odrediti, pa neki autori pišu da populizma postoji otkako je politike (Rogulj i Kišiček, 2018: 28), a Margaret Canovan smatra da je „populizam sjena koju baca sama demokracija“ (Canovan, 1999: 3 cit. prema Grbeša i Šalaj, 2018: 151).

„Populizam do izražaja dolazi kad god postoji nezadovoljstvo naroda aktualnim društvenim poretom što ga je nametnula vladajuća klasa, pri čemu narod vjeruje da ta vladajuća klasa ima monopol nad vlašću, vlasništvom i kulturom“ (Shils, 1956:100 cit. Prema Šalaj, 2012: 57).

Nezadovoljstva liberalnom demokracijom je sve više, ljudi sve manje vjeruju institucijama, tradicionalnim političkim strankama i političarima, pa i predstavničku demokraciju kakvu poznajemo, a upravo to savršen je trenutak za stupanje na scenu populista koji smatraju da bi narod trebao biti centar svega i protiv su postojećih struktura na vlasti. Vrijeme u kojem živimo neki autori nazivaju vremenom antipolitike i sumnje i savršeno je za populiste koji se pojavljuju da bi govorili za narod, a kontra elita. Povezanost sa strankama je sve manja i jača „antistranački osjećaj“ (Mazzoleni i Schulz, 2010: 255).

Sve stavke koje većina autora spominje (a gore su nabrojane samo neke do njih), okupili su u svojoj knjizi Grbeša i Šalaj (2018) te su izradili model koji objašnjava jačanje populističkih aktera u nekom društvu. Njihov model sastoji se od dvije razine i temelji se na općeprihvaćenoj tezi „da uzroke jačanja populizma treba tražiti u određenim strukturnim činiteljima i u djelovanju određenih aktera“ (Grbeša i Šalaj, 2018: 139-140). Strukturne činitelje autori su podijelili na kontekstualne i latentne. Kontekstualni obuhvaćaju socioekonomsku (govori o tome da se prostor za populizam otvara u trenucima velikih kriza, ekonomskih ili društvenih), političku (političke krize pomažu rastu populizma kao i veliki pad povjerenja koje građani imaju u političke stranke,

a važan je i izborni sustav koji se koristi pri čemu populisti više šanse imaju u proporcionalnom sustavu) i sociokulturalnu dimenziju (odnosi se na vrijednosti građana u određenom društvu). S druge strane, latentni činitelji obuhvaćaju napetost između liberalizma i demokracije u suvremenim demokracijama, razliku između demokratskog ideala i onog što demokracija u praksi jest te medije koji mogu više ili manje biti skloni populističkim akterima. Osim strukturnih činitelja važna je i prisutnost samih populističkih aktera u određenom društvu i njihovo djelovanje (Grbeša i Šalaj, 2018: 139-157).

Autori sažimaju i zaključuju poglavlje o uzrocima jačanja populizma govoreći da je „populizam (je) latentno prisutan u strukturi i praksi suvremenih liberalno-demokratskih političkih poredaka, a oživljava i jača u situacijama velikih društvenih, ekonomskih i političkih kriza, posebice u slučajevima pojave politički vješitih populističkih vođa te postojanja medijskog sustava u kojem dominira populističko novinarstvo i/ili postojanja medija sklonih davati veliki prostor populističkim idejama i akterima“ (Grbeša i Šalaj, 2018: 157).

3. Teorijski okvir celebrity politike

Prijezir prema tradicionalnim političarima koji su udaljeni od građana doveo je i do masovne promjene u ponašanju velikog broja političara koji sve više shvaćaju da je bitno približiti se građanima i stvoriti pozitivnu sliku o sebi. Tako se narodu ne pokušavaju približiti samo populisti, nego i drugi političari, a da bi u tome uspjeli, osim korištenja populističkog političko-komunikacijskog stila, služe se i tehnikama koje su nam poznate iz svijeta celebrityja. Celebrity politika tako je postala jedna od glavnih tema za analizu mnogim komunikacijskim, medijskim i političkim znanstvenicima.

Fokus se u modernom društvu prebacio na individue, pa je tako i u politici došlo do veće usmjerenosti prema pojedinim političarima i njihovim karakteristikama te su političke persone važnije i istaknutije od političkih stranaka. To se u literaturi naziva personalizacijom politike (Grbeša, 2010). Grbeša (2010: 59) objašnjava da se pojam ne odnosi samo na to da „individualni kandidati postaju vidljiviji, nego i njihove osobine sve više okupiraju medijsku pozornost i igraju sve važniju i istaknutiju ulogu u izbornim kampanjama i stranačkim komunikacijama, vjerojatno na štetu aktualnih problema i stranačkih platformi“.

Paralelno s procesom personalizacije, događa se i ono što autori nazivaju privatizacijom politike (Holtz-Bacha, 2004) ili politizacijom privatnog (Langer, 2006. cit. prema Grbeša, 2010: 59), a odnosi se na činjenicu da se političari sve više eksponiraju javnosti i s njom dijele svoj privatni život. Holtz-Bacha (2004: 49-50) govori o četiri tehnike privatizacije. Prvi od njih je humanizacija, a označuje prikazivanje političara kao ljudskog bića koje razumije građane. Simplifikacija kompleksnih političkih pitanja i distrakcija od većih ili nepopularnih problema također su tehnike privatizacije gdje se u fokus stavlja političar, a ne njegov program ili politike. Emocionalizacija je tehnika kojom se političari s građanima povezuju na emocionalnoj razini. Također, privatizacijom se postiže i celebrity status koji je važan za postizanje političkog uspjeha.

Osim privatizacije, za celebrity politiku važna je i 'popularizacija politike' (Van Zoonen, 2006) koja označava miješanje politike s pop kulturom i korištenje pop kulture u politici. Tako političari pjevaju, plešu, susreću se sa slavnim osobama (predsjednica Kolinda Grabar-Kitarović na utakmicama svjetskog nogometnog prvenstva), pričaju viceve (bivši predsjednik Stjepan Mesić) ili se pojavljuju u tv serijama. Političari žele biti „cool“ i žele biti poznati, ali ne poznati samo kao političari, nego kao zvijezde iz popularne kulture koje građani vole pa često koriste upravo elemente iz pop kulture da bi se takvima prikazali te se prezentiraju na način koji im najbolje odgovara, to jest pomoću kojeg će osvojiti najviše glasova na izborima.

Kako piše Street (2004: 441), u takvom svijetu “političari postaju zvijezde, politika serija spektakla, a građani postaju gledatelji”. Politika postaje spektakl za publiku koja se u tome više ne ponaša kao građanstvo, već kao gledateljstvo nekog showa (Street, 2012: 5).

Celebrity političari razlikuju se prema tipu celebrityja, a može ih se razlikovati po stilu i nastupu. Tako možemo, između ostalih, naići na tipove poput „voditelja talk showa, zvijezde reality TV-a, profesionalnog hrvača i rock glazbenika“ (Street, 2019: 11). Politiku se općenito počelo gledati kao reality show, a neki su akteri u tome uspješniji od drugih. Osim političara, i mediji o politici izvještavaju kao o svojevrsnom svijetu zabave, intriga i ostalog što povezujemo sa svijetom zabave (Street, 2019: 3). U svojem radu, Street (2019) ističe da je važno početi proučavati karakteristike celebrity političara, pa on to čini na primjeru Donalda Trumpa. Ističe da je u otkrivanju karakteristika celebrityja dobro proučiti medijski narativ o njima, njihov performans ili način na koji nastupaju i kako se ponašaju, te reakcije publike (Street, 2019). Upravo ću na taj način u studiji slučaja o Ivanu Pernaru pokušati prikazati karakteristike njegovog ponašanja u stilu celebrityja.

3.1. Kategorizacija celebrity političara

Kao i kod populizma, ne postoji jedinstvena podjela celebrity političara, a prvu podjelu napravili su Darrell West i John Orman 2003. godine i to na pet različitih tipova: političke zvijezde vrijedne medijske pažnje; nasljednici slavnih političara; poznati nepolitičari koji postaju izabrani dužnosnici; poznati nepolitičari koji postaju lobisti i glasnogovornici; situacijski celebrityi koji postaju lokalne ili nacionalne zvijezde preko noći, zahvaljujući nekom događaju (West i Orman, 2003: 1-16 prema Street, 2019: 5).

Celebrity političare John Street (2004) pak podijelio je u dvije pojednostavljene kategorije.

Prvi tip su „tradicionalni političari“ koji su legitimno izabrani ili se tek trude biti izabrani, a od ostalih političara ih razlikuje koketiranje sa svijetom popularne kulture. Oni sviraju, pjevaju, plešu, druže se s popularnim zvijezdama koje ljudi vole ili pričaju o serijama ili filmovima koji su popularni, fotografiraju se gdje god stignu i ponašaju se baš kao zvijezde. Street ih naziva celebrity političarima tipa 1 (CP1). U ovu kategoriju spadaju i poznate osobe koje su i prije politike bile celebrityji, a to su iskoristili ili pokušali iskoristiti za dobivanje političke moći. Primjeri su Ronald Reagan i Arnold Schwarzenegger.

S druge strane, celebrity političari koje Street označuje tipom 2 (CP2) su one slavne osobe koje nisu političari i ne teže dolasku na vlast, ali svoj status i pažnju koju im javnost poklanja iskorištavaju za progovaranje o politici ili borbu za promjenu određenih politika (Street, 2004: 437-439). Primjer tog tipa celebrity političara u Hrvatskoj bila bi glumica Jelena Veljača koja je organizirala prosvjed u Zagrebu protiv nasilja nad ženama i koja je uspjela okupirati medijski prostor te se čak i sastati s vlastodršcima kako bi s njima raspravila o ovom problemu i mogućim rješenjima.

Dok dakle jedni pokušavaju postati zvijezde tek nakon ulaska u politiku, drugi svoj postojeći status zvijezde koji su ostvarili van svijeta politike iskorištavaju da bi govorili upravo o politici (Bartoszewicz, 2019: 3).

O celebrity političarima pisao je i Mark Wheeler (2013), a prije njega su svoju kategorizaciju ponudili i Marsh i suradnici 2010. godine koji su je napravili kombinirajući pitanje iz koje sfere dolazi političar (politike ili svijeta slavnih) te su uz to gledali i način na koji je osoba povezana s politikom. Njihova kategorizacija razlikuje celebrity advokate, celebrity aktiviste, celebrity

političare, političke celebrityje i političare koji koriste celebrityje (Marsh i sur. 2010: 327 cit. prema Street, 2019: 5).

Naše društvo pretvorilo se u svijet celebrityja, posebice dolaskom društvenih mreža koje su omogućile svakome da se na svoj način promovira, pa pojedini autori pišu o celebritizaciji društva (Driessens, 2013) i politike (Van Krieken, 2018; Bartoszewicz, 2019) s naglaskom na privlačenje pozornosti celebrityja, pa i političara, na sebe.

Promjenu „celebrity društva“ kao važan element u promjeni načina na koji političari postaju celebrityji ističu i Wood i suradnici (2016) koji donose novu podjelu na 'superstar celebrity političare' i 'svakodnevne celebrity političare'. Govore o tome da se promjenom društva promijenio i način na koji političari žele biti percipirani. To više nije kao superzvijezde koje imaju posebne moći, već umjesto toga „da djeluju 'posebno', 'izuzetno' ili 'jedinствeno' sve više bivaju uokvireni kao 'svakodnevni' i 'normalni'“ (Wood i dr., 2016: 585).

Za postizanje statusa svakodnevnog celebrityja, političari se služe interaktivnim medijima, a posebice društvenim mrežama. Njihove marketinške strategije su nestrukturirane, a njihov nastup više nije onaj snažnih i od ljudi udaljenih vođa, nego se predstavljaju kao obični ljudi. (Wood i dr., 2016).

„Pojednostavljeno, identificiramo odmak od glamura crvenog tepiha i prijatelja filmskih zvijezda prema nečemu sličnijem mediju reality televizije u kojem se sposobnosti individualca da se prikaže običnim, nesavršenim, 'svakidašnjim' i 'normalnim' slave“ (Wood i dr., 2016: 582).

Približavanje građanima ključna je odlika i celebrity politike i populizma. Žele nas uvjeriti da su oni baš kao mi, svakodnevni, mali ljudi s emocijama i slabostima i da nisu iznad nas i to tako da na razne načine privlače pozornost na sebe. Nije stoga čudno da se neki populistu mogu okarakterizirati i celebrity političarima, poput recimo Donalda Trumpa, pa ponovno dolazimo do pojma celebrity populista.

4. Društvene mreže – raj za celebrity političare i populiste

Davno je primijećeno da živimo u medijaziranom svijetu u kojem su mediji jednostavno nužni u političkom djelovanju. Političari se prilagođavaju medijima, njihovom formatu, pravilima i jeziku. Medijazacija je proces koji postoji barem onoliko koliko i televizija (Mazzoleni i Schulz, 2010: 249), a danas se političari sve više prilagođavaju i društvenim mrežama.

Putem društvenih mreža političari mogu izbjeći mainstream medije i sami prenijeti svoju poruku građanima točno onako kako i kada žele. Upravo su društvene mreže važan komunikacijski alat mnogim celebrity političarima poput recimo Baracka Obame ili Donalda Trumpa.

„Koristeći društvene mreže ili druge online prostore, političari se miješaju u medijsku agendu. Za širenje problema iz javne i medijske u političku agendu, političari koriste komunikacijske platforme poput Twittera, kako bi kreirali informacije potrebne novinarima u tradicionalnim medijima“ (Pfetsch i dr, 2016: 53).

Politički akteri počeli su otkrivati mogućnosti koje im se pružaju online i time se promijenila i politička komunikacija. Novi mediji zanimljiva su i veoma snažna platforma političarima koji upravo uz pomoć društvenih mreža mogu govoriti neovisno o volji mainstream medija. Zato oni političari koji prepoznaju važnost društvenih mreža mogu steći znatnu prednost kod birača u odnosu na one koji ne koriste mreže, a neki autori govore čak i da oni koji znaju komunicirati putem medija imaju najviše šanse doći na pozicije moći (Cotteret, 1991. cit. Prema Mazzoleni i Schulz, 2010: 249).

Istraživanja pokazuju da političari često ne iskorištavaju interaktivnost društvenih mreža, već im one služe isključivo za politički marketing (Enli, 2017: 53), pa oni političari koji iskorištavaju tu interaktivnost na kvalitetniji način itekako mogu profitirati. Vidljivo je to ponajviše u pobjedi Donalda Trumpa na izborima za predsjednika Sjedinjenih Američkih Država 2016. godine za koju se pretpostavlja da je ne bi bio ostvario da nije bilo Twittera kojeg je koristio na drugačiji, amaterski, autentičan način (vidi Enli, 2017).

Grbeša i Šalaj (2018) navode da su društvene mreže pomogle i populistima da kažu što žele i tako dosegnu široku publiku neovisno o tradicionalnim i mainstream medijima. Istraživanje koje su provele Enli i Rosenberg (2018) također pokazuje da populistu profitiraju od društvenih mreža više

od ostalih političkih aktera. Naime, pokazalo se da birači populiste i to posebno desne populiste vide kao najautentičnije (Enli i Rosenberg, 2018: 9).

I Wood i suradnici (2016: 586) naglašavaju da je način na koji se političari ponašaju u interaktivnim medijima (u što spadaju društvene mreže) dobar izvor za proučavanje i razumijevanje njihovog *celebrityhooda*, to jest zvjezdanog stila, a upravo povezivanje s biračima putem društvenih mreža vide kao rastući trend.

5. Celebrity populizam

Kada se populizam i celebrity politika spoje dolazi do pojave koja se naziva celebrity populizmom. Ovaj objedinjujući pojam spominje se u medijima, pa i znanstvenim člancima, no još uvijek se nitko od autora nije usredotočio isključivo na njega i objasnio što točno znači, iako upravo ovaj podtip populizma i celebrity politike postaje sve prisutniji. Kada se pojam kao takav i ne spominje u literaturi, autori ipak pronalaze poveznice između dva fenomena. Street tako prepoznaje da populistu mogu koristiti elemente celebrity politike (Street, 2019: 10), a Robert van Krieken (2018) u svojoj knjizi cijeli jedan podnaslov posvećuje povezanosti populizma i celebrity politike.

Monika Gabriela Bartoszewicz (2019) piše o celebrity populizmu u Češkoj i Poljskoj te koncept postavlja čak i u naslov svojeg rada. Ona piše o trećem valu političke elite kojem svjedočimo danas, a taj val naziva valom celebrity populista, međutim u radu nigdje ne definira pojam. Primjeri koje navodi su populistu koji su preuzeli obrasce ponašanja celebrityja.

“U posljednjih nekoliko godina Europa svjedoči pojavi velikog vala antiestablišment stranaka. Te stranke imaju jednu zajedničku stvar: to su stranke protesta koje ne žele djelovati unutar trenutnog političkog statusa quo. Upravo suprotno, njihovi glavni politički ciljevi su usmjereni na zbacivanje političkih elita; njihovi političari brzo postaju celebrityji” (prevedeno Bartoszewicz, 2019: 9).

Prema njenom objašnjenju, celebrity populistu prvo ulaze u svijet politike, a tek se onda izgrađuju kao celebrityji, što ću pokušati opisati na slučaju Ivana Pernara.

Da populistu mogu postati zvijezde smatra i Benjamin Moffitt kojeg Street (2019) citira u svojem radu, a koji kaže da „populistički lideri mogu postati kvasi-celebrityji, poznati kao – ili ponekad više - po svojim medijskim nastupima i stilskim ispadima, nego po 'sadržaju' svojih politika“

(Moffitt, 2016: 85 cit. prema Street, 2019: 4). On smatra da su nastup (performans) i stil ključni za populiste, pa je jedna od formi koju mogu preuzeti upravo forma celebrityja (Moffitt, 2016: 83-87 cit. prema Street, 2019: 9).

Međutim, celebrity populistom opisuje se i ukrajinski predsjednik Volodymyr Zelensky koji je prvo bio poznati komičar i glumac, da bi praktički samo na temelju toga postao predsjednik države. Celebrity populist atribut je koji se može dodijeliti i Donaldu Trumpu, te Beppeu Grillu, komičaru i nekadašnjem lideru pokreta Pet zvjezdica, a među njih bi se mogao uklopiti i Miroslav Škoro, hrvatski pjevač i predsjednički kandidat na izborima 2019. godine. Oni nisu populist koji su preuzeli celebrity stil, već su prvo bili slavne osobe iz svijeta šoubiznisa, a tek su onda ušli u politiku koristeći populistički stil i/ili ideologiju. Zelensky je baš poput Trumpa bio poznat javnosti i prije kampanje za predsjednika i to kao glumac; u seriji Sluga naroda, kako je kasnije nazvao i svoju stranku, glumio je običnog čovjeka koji je postao predsjednik. Beppe Grillo bio je stand-up komičar i bloger, a Miroslav Škoro poznati je hrvatski glazbenik i poduzetnik.

Svi oni svoj zvjezdani status iskorištavaju u kampanji i koriste se tehnikama iz svijeta celebrityja te se pozivaju na narod i govore protiv elita. Zvijezde iskorištavaju svoj status i svoju poziciju da bi ušle u politiku, a često se prikazuju kao drugačiji od tradicionalnih političara, to jest kao 'politički autsajderi' (Marsh i dr, 2010: 3). „Oni su poznati, vole ih, a poprilično često oni su bogati – svi atributi za kojima svaki obični novopridošlica u političkoj kampanji žudi. Oni su novi, oni su uzbudljivi, oni su nepredvidljivi – svi atributi koje je sadašnji političar protiv kojeg se natječu često odavno izgubio“ (Ibid).

5.1. Kategorizacija i obilježja celebrity populista

Očita su dakle dva tipa celebrity populista. Prvi tip i svojevrsni prototip jesu celebrity populist (celebrity populist 1) koji dolaze iz svijeta celebrityja i na temelju toga postaju političari koji se mogu svrstati u kategoriju populista. Primjer je spomenuti ukrajinski predsjednik Zelensky. On je stand up komičar i glumac, glumio je predsjednika u seriji, a potom se kandidirao i pobijedio bez pravog programa. Izabran je za predsjednika Ukrajine na temelju svojeg zvjezdanog statusa i populizma. U Hrvatskoj je Miroslav Škoro također prepoznao priliku i odlučio se baciti u kampanju i kandidirati na predsjedničkim izborima 2019./2020. godine. Škoro je glazbenik i poduzetnik, ali i populist što je vidljivo već iz njegovog prvog videa u kojem najavljuje kandidaturu i između ostalog gotovo da izgovara definiciju populizma kada kaže „srž mog

programa je savez s narodom nasuprot stranačkih elita i kompromisa sklopljenih daleko od očiju javnosti i volje biračkog tijela“ te govori još i „idemo vratiti državu narodu“.

Ostali primjeri su već spomenuti Beppe Grillo u Italiji i američki predsjednik Donald Trump. Zanimljivo je primijetiti da spomenuti kandidati uglavnom dolaze iz svijeta stand up-a ili neke druge vrste humorističnih formata te da su često i uspješni poduzetnici.

Obilježja celebrity populista tipa 1:

- a) slavne osobe poznate iz svijeta zabave/šoubiznisa/sporta koje su zvijezde i prije samog ulaska u politiku;
- b) oslanjaju se na svoj postojeći zvjezdani status i u politici;
- c) populistu su.

Radi se o osobama koje svoj zvjezdani status iskorištavaju prilikom ulaska u politiku te se mogu kategorizirati kao populistu. Uglavnom su bez konkretnih ideja ili programa, već svoje kampanje temelje na postojećoj slavi. Primjerice, Miroslav Škoro je i prije najave kandidature za predsjednika u Hrvatskoj samo na temelju svojeg imena osvajao više od 13 posto šansi na anketama za predsjedničke izbore.¹

Drugi tip celebrity populista (celebrity populist 2) jesu oni političari populistu koji prethodno nisu bili zvijezde ili uopće poznati široj javnosti, ali su osnivanjem stranke, početkom kampanje ili dolaskom na vlast, počeli preuzimati obrasce ponašanja celebrityja te su stvorili sliku o sebi kao o pravim zvjezdama, pa su osim što su populistu, ujedno postali i celebrity političari, što se može poklapati sa spomenutim objašnjenjem koje nudi Moffitt (2016: 85 cit. prema Street, 2019: 4) kada kaže da populistu brzo postaju 'kvazi-celebrityji'.

Obilježja celebrity populista tipa 2:

- a) nisu slavne osobe javnosti poznate iz svijeta zabave/šoubiznisa/sporta, već postaju poznati tek ulaskom u politiku ili političkim djelovanjem (osnivanjem stranke, članstvom u stranci, kandidaturom na izborima, prosvjedima...);

¹ Rezultati istraživanja dostupni na: <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/novosti/hrvatska/3514171/ekskluzivno-utrka-za-pantovcak-predsjednici-pada-potpورا-a-milanovicu-raste-sincic-doživio-totalni-debakl/> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

b) preuzimaju obrasce ponašanja slavnih osoba što je Street (2004: 437-438) nazvao celebrity tehnikama;

c) populisti su.

I unutar svakog od ova dva tipa celebrity populista mogli bismo pronaći još razlika među političarima te ih dodatno raščlaniti, ali smatram da je ova podjela najosnovnija. Oba tipa povezuje činjenica da su političari populisti koji su ujedno i celebrity političari, ali je razlika u izvoru stjecanja zvjezdanog statusa.

Iako je celebrity populizam još samo jedan podtip populizma i celebrity politike, smatram da ga je potrebno dodatno izučiti jer još uvijek ne postoji teorijsko objašnjenje ili istraživanje koje objedinjuje oba fenomena, a čini se da je upravo spajanje populizma i celebrity politike postalo moćno oruđe za osvajanje i zadržavanje političke moći.

6. Istraživanje – cilj i metoda

Cilj mojeg istraživanja je pokazati da su Miroslav Škoro i Ivan Pernar celebrity populistu te na primjeru ova dva kandidata pokazati razliku između dva tipa celebrity populista koja sam navela u teoriji. Pri tom Miroslava Škoru svrstavam u celebrity populistu tip 1, a Ivana Pernara u tip 2. Uz to, cilj mi je i pokazati koje karakteristike ima njihov celebrity populizam.

Da bih ostvarila cilj rada koristit ću metodu studije slučaja. Metodu studije slučaja Yin definira kao „empirijsko istraživanje koje istražuje suvremeni fenomen unutar konteksta stvarnog života; kada granice između fenomena i konteksta nisu jasno vidljive; i u kojem se koriste višestruki izvori za dokaze“ (Yin, 1984: 23 cit. prema Zainal, 2007: 2). Isti autor ovu metodu „smatra značajnom istraživačkom strategijom koja doprinosi znanju o individualnim, grupnim, organizacijskim te kompleksnim društvenim fenomenima (Yin, 2007.cit. prema Miočić, 2018: 178).

Biličić (2005: 217) ističe da je „izučavanje slučajeva (je) izvor dragocjenih spoznaja na početku razvoja znanstvenih disciplina“, a jednako tako dragocjeno je za objašnjavanje novih fenomena, pa je to jedan od važnijih razloga zašto koristim upravo ovu metodu da bih bolje objasnila celebrity populizam koji se kao takav u znanosti još nije objasnio i proučio.

Budući da studija slučaja nema jedinstveni obrazac provođenja te se istraživač može koristiti bilo kojim metodama na način kako to sam odredi, to mi olakšava da prikazem upravo one karakteristike koje se odnose na celebrity populizam. U metodi studije slučaja važan je i društveno-politički kontekst, pa ću ga stoga prikazati u sljedećem poglavlju.

Akteri mojih studija slučaja su Miroslav Škoro i Ivan Pernar koje ću promatrati svakog zasebno.

Miroslava Škoru svrstavam u celebrity populista tipa 1 koji je izvorno bio celebrity van svijeta politike te je taj status iskoristio za ulazak u politiku, a ujedno je i populist. Budući da je Škoro slavni glazbenik, smatram da je kod njega bitno prikazati kako se na temelju te slave uspijeva probiti u politiku, te analizirati njegov populizam. Njegov populizam ću analizirati na temelju video zapisa kojim je najavio svoju kandidaturu za predsjednika na YouTubeu (23. lipnja, 2019.)² i intervjuja koje je dao za RTL televiziju (RTL Direkt: 22. svibnja³ i 2. srpnja, 2019.⁴) te za *vecernji.hr* 6. srpnja, 2019.⁵ Uz to, analizirat ću način na koji su mediji izvještavali o njemu u razdoblju od mjesec dana nakon najave kandidature i time prikazati kako mu je njegov zvjezdani status pomogao i u popularizaciji kao predsjedničkog kandidata.

Ivan Pernar u Sabor je ušao 2016. godine i vrlo brzo postao najaktivniji saborski zastupnik. Svojom specifičnom aktivnošću koja do tada nije bila uobičajena za Sabor, postao je poznat. Njegov celebrity populizam svrstavam pod tip 2 (populist koji je zvijezda postao tek u svijetu politike), pa ću u studiji slučaja prikazati na koji je način Pernar stjecao zvjezdani status i što obilježava njegov stil s naglaskom na to da se radi o celebrity stilu reality zvijezde. Da bih to prikazala, izdvojit ću neke od njegovih najpoznatijih performansa po kojima je postao poznat: izbacivanja iz Sabora i minute šutnje koje je održavao za saborskom govornicom i tako plijenio pozornost medija i javnosti. Uz performanse, kako je Street istaknuo (2019) za shvaćanje stila celebrity političara važan je i medijski narativ, pa ću istovremeno analizirati i kako su mediji pisali o Pernarovim performansima. Uz to, istaknut ću i njegov zvjezdani status među mlađom populacijom. Što se tiče Pernarovog populizma, Rogulj i Kišiček (2018) u svojem istraživanju već su ga dokazali, pa

² Video zapis dostupan na: <https://www.youtube.com/watch?v=Jm5TxT4swhw> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

³ Intervju dostupan na: <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/video/vijesti/324447/miroslav-skoro-otkrio-u-direktu-ozbiljno-razmislijam-o-kandidaturi-za-predsjednika/> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

⁴ Intervju dostupan na: <https://www.rtl.hr/vijesti-hr/novosti/hrvatska/3526813/skoro-o-prvim-potezima-raspisao-bih-referendum-o-euru-gospodarskom-pojasu-i-izbornom-sustavu/> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

⁵ Intervju dostupan na: <https://www.vecernji.hr/premium/sef-pobjednicke-stranke-sada-odlucuje-o-svemu-i-sto-smo-dobili-reforme-nula-bodova-1330367> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

smatram da je u slučaju Pernara važnije objasniti njegov zvjezdani stil, a za prikaz njegovog populizma izdvojiti ću neke njegove izjave iz intervjua s početka zastupničke karijere (2016. za 24sata.hr)⁶ te iz dva nakon osnivanja nove stranke, jedan iz emisije N1 Televizije Novi dan⁷ (lipanj, 2019.) i drugi iz emisije RTL Direkt⁸ (srpanj, 2019.) te ću iz njih izdvojiti izjave koje se uklapaju u spomenutu, najkorišteniju definiciju populizma koju je dao Cas Mudde.

6.1. Hrvatski društveno-politički kontekst

U hrvatskoj politici početkom lipnja 2019. godine odvijao se pravi reality show. Populistička stranka Živi zid se raspadala, iz nje su izašli Branimir Bunjac i Ivan Pernar, jedan od ključnih članova stranke i aktualni saborski zastupnik. Ivan Pernar najavio je osnivanje nove stranke naziva Stranka Ivana Pernara te svoju kandidaturu na predstojećim predsjedničkim izborima koji će se održati krajem godine.

Uz njega, svoju kandidaturu na predsjedničkim izborima najavio je i Miroslav Škoro, poznati pjevač blizak desnici koji je ranije u anketama za predsjedničke izbore bez ikakvog programa, samo na temelju svojeg celebrity statusa, dobivao 13 posto šansi. Škoro je celebrity populist, a to je pokazao već u prvom videu najave diktature rekavši da je suština njegovog programa „savez s narodom protiv stranačkih elita“.

Populistički akteri tu ne staju jer je svoju kandidaturu ranije službeno najavio i Mislav Kolakušić koji je na svibanjskim europskim izborima osvojio mandat i postao najveće iznenađenje tih izbora. Osim njega, moglo bi se pretpostaviti da će i Živi zid ponuditi svojeg kandidata na izborima, najizglednije Ivana Sinčića, pa bismo, ako se to dogodi, na predsjedničkim izborima mogli imati čak četiri ili više kandidata koji se mogu smatrati populistima.

Populističkih aktera u Hrvatskoj dakle ne nedostaje, a njihovom uspjehu na predsjedničkim izborima moglo bi pridonijeti i društveno-političko stanje u državi. Povjerenje građana u institucije sve više pada, povjerenje u političke stranke ima samo 4 posto ljudi, a u Sabor njih 8 posto. Uz to, hrvatski građani sve su skloniji autoritarnim oblicima vladavine. Ovi podaci posebice se odnose

⁶ Intervju dostupan na: <https://www.24sata.hr/news/uzivo-s-tomislavca-pernar-ce-odgovarati-na-skliska-pitanja-502145> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

⁷ Video zapis Pernarovog gostovanja u emisiji dostupan je na njegovoj Facebook stranici, a postavio ga je 20. lipnja, 2019: <https://www.facebook.com/pernari/videos/341852813163866/> Pristupljeno: 25. srpnja, 2019.

⁸ Video zapis Pernarovog gostovanja u emisiji dostupan je na njegovoj Facebook stranici, a postavio ga je 9. srpnja, 2019: <https://www.facebook.com/pernari/videos/886303038395864/> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.

na mlade osobe između 18 i 30 godina koji više nego stariji ne vjeruju institucijama i političkim strankama, ali su skloni autoritarnoj vladavini moćnog vođe. Osim toga, postoji i značajna sumnja u pošteno odvijanje izbornog procesa.⁹

Moglo bi se reći da je sve počelo 2015. godine kada su u Sabor po prvi put ušli Most s 19 i Živi zid s 1 zastupnikom i time uzdrмали dominaciju HDZ-a i SDP-a. Hrvatska politika postala je manje „dosadna“ jer su se pojavili novi akteri i novi sukobi. Tada oformljena Vlada bila je izuzetno kratkog vijeka, pa su u rujnu 2016. održani prijevremeni izbori. Na njima je Živi Zid osvojio čak 8 zastupnika, a Most je dobio manje zastupnika nego ranije, njih 13.

Branimir Vidmarović za index.hr ovako je pisao o rastućem populizmu u Hrvatskoj:

„Riječ je o trendu. Hrvatsku je konačno u cijelosti sustigao val populističkih, protestnih i nesistemskih političkih kandidata i opcija. To je politički i društveni trend koji promatramo poglavito u demokracijama poput SAD-a i europskih zemalja. U Hrvatskoj se trend počeo nazirati pojavom Mosta i Živog zida kao alternativnih, protestnih i narodskih političkih opcija na izborima 2016. Sada se to odnosi i na instituciju predsjednika“ (Vidmarović, 2019).

Populistima možda malo odmaže što je Hrvatska službeno izašla iz ekonomske krize, ali BDP po stanovniku i dalje je među najnižima u Europskoj uniji, a mladi iseljavaju iz države zbog lošeg stanja. Hrvati su nezadovoljni djelovanjem pravosudnog i političkog sustava u državi. Smatraju da je najveći problem za državu nezaposlenost, potom gospodarsko stanje i rast cijena, a kada je riječ o Europskoj uniji, smatraju da su njezini najveći problemi imigracija i terorizam.¹⁰ Sve ovo uvelike pomaže populističkim akterima uzmemo li u obzir ranije objašnjeni model koji su dali Grbeša i Šalaj (2018) kako bi objasnili uzroke jačanja populizma u određenom društvu.

6.2. O Miroslavu Škori

Miroslav Škoro poznati je hrvatski pjevač, a ujedno je i poduzetnik, doktor ekonomije, vinar i komičar. Rođen je 1962. godine u Osijeku. Kandidirao se za predsjednika države početkom lipnja

⁹ Istraživanje dostupno na: <https://www.gong.hr/hr/aktivni-gradani/61-gradana-vjeruje-vojsci-a-samo-8-saboru/> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.

¹⁰ Rezultati istraživanja dostupni na: <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/veliko-istrazivanje-hrvati-otkrili-sto-im-se-najvise-vidja-u-eu-zele-li-njezino-prosirenje-kojim-domacim-institucijama-vjeruju-a-kojima-ne/8422448/> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.

kao nezavisni kandidat, no to mu nije prvi put da se uključio u politiku jer je na izborima 2007. godine izabran za saborskog zastupnika HDZ-a te je tu dužnost obnašao od siječnja do studenog 2008. godine. Osim toga, bio je i HDZ-ov kandidat za gradonačelnika Osijeka, što pokazuje da je blizak toj stranci i biračima desnice. U razdoblju od 1995. do 1997. bio je generalni konzul Republike Hrvatske u Mađarskoj.

Škoro je u javnosti najpoznatiji po svojoj glazbenoj karijeri i domoljubnim pjesmama. Osim glazbe, pojavljivao se na malim ekranima i u drugim prilikama, pa je tako bio član žirija nekoliko zabavnih emisija (Story Super Nova Music Talents; Država, selo, grad; Uhvati bingo ritam; Pjevaj moju pjesmu; Zvijezde pjevaju), te je glumio jednog od likova u Večernjoj školi, humorističnom showu Željka Pernara.

6.3. O Ivanu Pernaru

Ivan Pernar rođen je 14. listopada, 1985. godine u Zagrebu. Završio je preddiplomski stručni studij sestrinstva na Zdravstvenom veleučilištu u Zagrebu. Bio je član Hrvatske Demokratske Zajednice za vrijeme Ive Sanadera iz koje je kasnije izašao. Za vrijeme Vlade Jadranke Kosor, 2011. godine, organizirao je Facebook prosvjede koji su okupili veći broj ljudi s ciljem rušenja Vlade. Nakon toga, iste godine, osnovao je stranku Savez za promjene koja 2014. mijenja naziv u Živi Zid. Živi Zid je antisistemska stranka čiji članovi su postali poznati po sprječavanju deložacija na kojima su Pernar i drugi često bili i uhićivani. Na parlamentarnim izborima 2016. godine, Pernar je osvojio 15,66 posto glasova i ušao u Hrvatski Sabor. Odmah je postao najaktivniji zastupnik, poznat po brojnim kontroverzama. Zalaže se za ukidanje HRT pristojbe, pravo na slobodu izbora pri cijepljenju djece, legalizaciju marihuane, kontra je služenja Europskoj uniji i NATO-u te kritizira bankarski sustav. Nekoliko puta su ga iznosili iz Sabora, jednom je u Saboru jeo pizzu, te je za govornicom u Saboru znao i samo šutjeti. Osim toga, poznat je i njegov odlazak usred emisije Nedjeljom u 2, nakon čega je naprasno odlazio i iz drugih emisija u kojima je bio gost. Izuzetno je aktivan na svojoj Facebook stranici, a aktivan mu je i Instagram profil. Istraživanje koje su proveli Rogulj i Kišiček (2018) pokazalo je da je cijela stranka Živi zid stranka inkluzivnih populista, te da je Ivan Pernar „zločesti dečko“ koji „svojim eskapadama, okršajima s predstavnicima medija i drugih 'sustava kontrole', kontroverznim izjavama i zagovaranjem teorija zavjere privlači i mobilizira glasače inače nezainteresirane za politiku“ (Rogulj i Kišiček, 2018: 34).

Ivan Pernar u lipnju ove godine izašao je iz Živog zida zbog neslaganja s kolegama iz vodstva te je početkom srpnja osnovao Stranku Ivana Pernara. Pernar je sada nezavisni saborski zastupnik dok se njegova nova stranka i službeno ne registrira te je najavio svoju kandidaturu za predsjednika države.

7. Studija slučaja Miroslava Škore

O mogućoj kandidaturi pjevača Miroslava Škore za predsjednika države počelo se nagađati u svibnju 2019. kada se na Facebooku pojavila stranica „Škoro, moj predsjednik“. Nakon što je HRT 21. svibnja objavio rezultate istraživanja Hrrejtinga potencijalnih predsjedničkih kandidata koje je pokazalo da je u tome trenutku Miroslav Škoro građanima na trećem mjestu te mu daju 9.4 posto šansi u predsjedničkoj utrci, Škoro je dao natuknuti da bi se uistinu mogao kandidirati.

„Ako je holivudski glumac mogao dva mandata voditi svjetsku velesilu, ako je u Ukrajini za predsjednika mogao prisegnuti bivši komičar, zašto na čelu Hrvatske, u kojoj se političari dosad nisu baš dokazali i iskazali, ne bi bio pjevač!?"

(<https://vijesti.hrt.hr/522249/miroslav-skoro-ide-u-utrku-za-predsjednika>)

Ovom izjavom pokazao je da jako dobro prati aktualna događanja u politici i da je svjestan da bi mogao dobro iskoristiti svoj status zvijezde, pa je i Vlado Vurušić u tekstu za Globus primijetio da se oni koji kreiraju Škorinu kampanju i scenski nastup inspiriraju kampanjom novog ukrajinskog predsjednika.

„Čime se služio Zelenski? Stalno se pozivao na narod, napadao je odiozne političke elite, najavljuvao ustavne reforme te se obraćao isključivo putem videoporuka na Youtubeu i Facebooku. Obojica su preko Youtubea i svog Facebook-profila objavila ulazak u politiku istim riječima, i to tek nakon poduljeg uvoda: ‘Donio sam odluku da se kandidiram za predsjednika.’ Škoro uoči Dana državnosti, a Zelenski u novogodišnjoj videočestitki Ukrajincima“ (Vurušić, 2019).

Prepoznao je mogućnosti koje mu pruža to što je poznati glazbenik, a uz to posebno njegovo istaknuto domoljublje u pjesmama, pa je za HRT istaknuo:

"Narod nešto traži, traži neku alternativu, traži neku opciju, a s obzirom na to da sam ja cijeli život pisao pjesme koje su vrlo povezane s tim narodom i s tom stvarnošću u kojoj živimo, pa ako narod nešto poručuje, onda o tome treba razmisliti ozbiljno“ (<https://vijesti.hrt.hr/522249/miroslav-skoro-ide-u-utrku-za-predsjednika>)

Da ga je isključivo popularnost kao glazbenika dovela do gotovo 10 posto podrške birača u prvoj anketi za predsjedničke izbore, pokazuje i činjenica da do tada još nije ni bio najavio kandidaturu, pa je gostujući u RTL Direktu, 22. svibnja komentirao taj rezultat riječima: „moj program su moje pjesme“, „svaki moj album je kampanja, svaki moj koncert je skup“. Njegova popularnost u svijetu glazbe prelila se u svijet politike, a Škoro je u spomenutom gostovanju rekao da je ozbiljno shvatio poruku koju mu šalje narod, jer kako je rekao, ne zna zašto su ga stavili u anketu među predsjedničke kandidate: „to je sad njihova poruka meni“, „ne mogu se oglušiti na to da netko nešto od mene očekuje“, rekao je i poslao poruku da se on ne nameće kao kandidat, već da njega narod zove te da će ozbiljno razmisliti o tom njihovom zahtjevu.

7.1. Populizam u najavi kandidature

Narod na koji se Miroslav Škoro pozivao od samih početaka svojih javnih istupa vezanih za kandidaturu na predsjedničkim izborima ukazuje na jednu od temeljnih odrednica populizma. Pozitivno vrednovanje naroda s kojim se u svojim izjavama Škoro povezuje pokazalo se kao njegov glavni put u kampanji, što je i sam potvrdio u video najavi kandidature rekavši: „srž mog programa je savez s narodom nasuprot stranačkih elita i kompromisa sklopljenih daleko od očiju javnosti i volje biračkog tijela“. Taj video zapis objavio je na svojem službenom YouTube kanalu 23. lipnja te ga je podijelio na Facebook stranici. Uz pozitivno vrednovanje naroda već je u ovoj izjavi vidljiv odmak od postojećih političkih elita koje Škoro stavlja nasuprot narodu, što je apsolutno u skladu s Muddeovom definicijom populizma.

U video najavi kandidature Škoro riječ narod spominje oko 15 puta, a posebno ističe da je u Hrvatskoj jedino predsjednik taj kojeg narod neposredno bira te on predstavlja cijeli narod. Želju da stane na čelo naroda izražava kroz cijeli video („Hrvatska treba odlučnog predsjednika koji će biti oruđe naroda“, „želim biti narodni predsjednik i samo ću vama polagati račun“, „provođenje onih politika za koje će me narod izabrati“). Na kraju videa odlučno govori: „idemo vratiti državu narodu“, sugerirajući da je ta ista država narodu oduzeta, te da bi tu državu narod trebao dobiti

nazad. U skladu s populističkom ideologijom, državu su narodu oduzele elite („političke elite potpuno su se otuđile od naroda“, „Hrvatskom danas vlada kontrolirani stranački sustav“), a dodatno ističe da „to nije Hrvatska koju je stvarao doktor Franjo Tuđman i za koju su ginuli hrvatski branitelji“. Svoj program koji je u videu kratko obrazložio i pozivanje na narod, opravdava prvim člankom Ustava kojeg citira i koji nalaže da sva vlast u Republici Hrvatskoj proizlazi iz naroda i da je za narod, te to ističe nekoliko puta. Video zapis najave kandidature na YouTubeu je u mjesec dana pregledan više od 216 tisuća puta (podatak od 24. srpnja, 2019. u 14:25).

U intervjuu za RTL Direkt prije najave kandidature (22. svibnja) naglasio je da je „prije svega glazbenik i nadasve kantautor“ čime se dodatno odmaknuo od političkih elita i oslonio na svoj status celebrityja, to jest zvijezde koju ljudi vole zbog glazbe. Na pitanje je li blizak desnici, kako se govori, odgovara da ljude ne dijeli lijevo ni desno, već da su sve to normalni ljudi, čime praktički homogenizira narod, što je još jedna odlika populizma.

„U mom poslu ja stvarno ne dijelim svoju publiku ni lijevo ni desno, ja stvarno ne dijelim ni ljude koji sa mnom rade ni lijevo ni desno (...) Dakle, ja stvarno s tim nemam problema, moj jedini uvjet je da netko dobro svira i da na neki način brani to sve skupa što mi kao glazbenici donosimo. Ja ne želim biti ni lijevo ni desno, ja želim biti s ljudima s kojima sam do sada sve skupa stvorio što sam stvorio. A oni nisu ni lijevo ni desno, to su normalni ljudi koji žive neke svoje živote i žele ostvariti sebi i svojoj djeci bolje živote u ovoj zemlji“ (Škoro u intervjuu za RTL Direkt, 22. svibnja, 2019).

Ipak, zbog mnogih poveznica s HDZ-om i tekstova njegovih pjesama, mediji i stručnjaci svrstavaju ga u desni tabor, a značajna je i činjenica da je njegovu kandidaturu podržala Ruža Tomašić i Hrvatski suverenisti. Osim toga, u video najavi kandidature, Škoro spominje „Božju pomoć“ i „ljubav prema domovini“ što su u hrvatskom političkom kontekstu obilježja koja uglavnom ističu konzervativni kandidati desnice.

Škoro narod spominje u svim svojim javnim istupima. U RTL Direktu gostovao je i nakon najave kandidature, 2. srpnja, kada je na pitanje voditelja Zorana Šprajca tko je taj narod kojeg stalno spominje kao neko jedinstveno biće, iako su ljudi među sobom vrlo različiti, odgovorio citirajući Sokrata.

"Na to vam odgovor daje Sokrat, koji je jednom zgodom kad su ga pitali što je demokracija rekao 'Vidite ona dva pastira na livadi, kada donosimo odluku o nečemu njihova dva glasa vrijede više nego moj, iako sam ja Sokrat'. Dakle, ja kad kažem "narod" mislim pri tome na sve građane u RH koji imaju pravo glasa i zašto ne bi bili u stanju odlučivati, participirati u odlučivanju?" (Škoro u intervjuu za RTL Direkt, 2. srpnja, 2019.)

U istom je intervjuu više puta pozitivno vrednovao narod koji želi bolju budućnost i bolje stanje u državi, te se distancirao od elita iako mu je i voditelj ukazao na to da je i sam bio dio HDZ-a, no Škoro je sebe pokušao distancirati od političara: „i ako treba ja ću milijun puta ponoviti riječ 'narod', bez obzira koliko to nekom smetalo“, „ja nisam klasični političar“, „ja sam čovjek koji je glazbenik, poduzetnik...“.

Prema Škorinom tumačenju, njega je upravo narod pozvao i potaknuo da se kandidira za predsjednika države, a na isti način opravdava svoj program govoreći da je to ono što narod želi, pa je u RTL Direktnu 2. srpnja rekao; „naveo sam pet točaka koje žele birači prema istraživanjima“. Tako Škoro praktički želi stvoriti sliku sebe kao slugu naroda što je u Ukrajini radio i Zelensky koji je svoju stranku nazvao upravo tako – Sluga naroda.

I u drugim javnim istupima Škoro se pozitivno referira na narod, pa je u intervjuu za *vecernji.hr* koji je objavljen 6. srpnja, čak 21 put spomenuo narod: „narod će to odlučiti“, „naši se političari ne postavljaju kao oni koji rade u interesu naroda“, „kad bih trebao potpisati neki ugovor, potpisao bih ga samo s narodom“, „vjerujem u ovaj narod“, „odlučit će narod“.

7.2. Medijski narativ: status zvijezde kao temelj kampanje

Reakcije na Škorinu objavu kandidature dolazile su vrlo brzo, kako od političara, tako i od njegovih kolega glazbenika. Neki od njih izrazili su mu podršku, a neki su bili kritični. Jedna od zanimljivijih izjava u kontekstu proučavanja celebrity politike jest ona pjevača Mladena Grdovića koji je prokomentirao da se i on mogao kandidirati na izborima: „Ja Škoru volim kao pjevača, stari smo prijatelji i uvijek ćemo biti prijatelji, ali za predsjednika.. Mogao sam ja bit, ja bi dobio odmah“. Vidljiv je dakle svojevrsan utjecaj političara koji dolaze iz svijeta slavnih na druge zvijezde kojima se može učiniti da je ovo vrijeme uistinu pogodno za ulazak u svijet politike. I vjerojatno ne bi pogriješili. Pjevač Tomislav Bralić u komentaru o Škorinoj predsjedničkoj

kandidaturi poslao je kolegi pitanje tko će mu pjevati ako on pobijedi, a estradni menadžer Zoran Škugor rekao je da bi pjevač mogao jako dobro iskoristiti svoju popularnost u kampanji na način „da on prije svojih koncerata održi petnaest do dvadeset minuta političkog govora i poslije toga najnormalnije održi koncert“. Dodao je i da bi na taj način glazbenik paralelno mogao zarađivati (na svojem koncertu) i istovremeno imati kampanju koju ne mora platiti (<https://vijesti.rtl.hr/novosti/hrvatska/3521817/grdovic-o-skorinoj-kandidaturi-trebao-bi-se-povuci-kolinda-je-svjetska-zvijezda/>).

Miroslav Škoro imat će dovoljno koncerata da ih iskoristi za kampanju, a već prvi koji se održao nakon najave kandidature bio je izuzetno medijski posjećen i popraćen, što je istaknuo i sam Škoro. Na tom koncertu koji se održao u Baški na otoku Krku, ipak, nisu zabilježeni politički govori, ali zabilježeno je da su prodavači nudili majice s natpisom „Škoro predsjednik“. Uz to, Škorin politički savjetnik Mate Mijić, 17. srpnja u razgovoru na N1 televiziji, rekao je da će Škoro nastaviti pjevati dok ne počne kampanja, to jest, do kraja unaprijed dogovorenih koncerata od kojih su neki i u listopadu (<http://hr.n1info.com/Vijesti/a419826/Skoro-ce-pjevati-dok-ne-pocne-kampanja-nema-smisla-staviti-zivot-na-cekanje.html>).

I ne samo da će Škoro pjevati, nego je u pravom trenutku izašao singl i spot Luke Nižetića „Ludilo brale“ u kojem Škoro repa. Pjesma je, prema riječima Luke Nižetića, postala hit brže nego mnoge druge njegove pjesme¹¹, a tportal.hr naglasio je da je predsjednički kandidat dobio zadatak u Nižetićevoj pjesmi¹². Da Škoro nije predsjednički kandidat, ova pjesma bi zasigurno teže dobila medijski prostor kakav je dobila sa Škorom.

Medijima nije dugo trebalo ni da se prisjete Škorinih dana u Večernjoj školi, zabavnom showu Željka Pervana, pa su ponajviše prenosili scenu u kojoj Škoro glumi da se kandidirao za predsjednika. Ta situacija snažno podsjeća na ukrajinskog predsjednika. U spomenutoj sceni koju je prenio velik broj portala, Škoro u ulozi Ferde Smičiklase govori: “Pitate se za koga? Pa za mene. Vidite s kime imam posla, sve gore od gorega. Ne može gore, samo dublje“

¹¹ Luka Nižetić to je izjavio za jutarnji.hr: <https://www.jutarnji.hr/spektakli/domace-zvijezde/video-pjesma-u-kojoj-skoro-repa-je-hit-nikada-nisam-doživio-takav-interes-za-pjesmu-skorina-kandidatura-za-predsjednika-je-pridonijela-tome/9095576/> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

¹² <https://www.tportal.hr/showtime/clanak/luca-nizetic-snimao-spot-pogledajte-kakav-je-zadatak-dao-predsjednickom-kandidatu-20190710> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

Sve ovo su situacije koje su u samo mjesec dana najave kandidature Miroslava Škore za predsjednika pomogle u njegovoj popularizaciji, no mediji su Škori nakon najave kandidature našli i mane. Index.hr u tekstu naslova „Pogledajte se kako se hrabri Škoro borio protiv političkih elita“¹³ nabraja sve Škorine poveznice s HDZ-om i elitom, naglašavajući da je suludo da se pjevač svrstava na stranu naroda. Slobodna Dalmacija objavila je tekst u kojem Škoro i tvrtku u kojoj ima udjela povezuje s ministricom Gabrijelom Žalac te naglašava da je s njezinim Ministarstvom Škoro sklopio unosne poslove, što su prenijeli i drugi mediji, a Novosti.hr¹⁴ objavile su članak u kojem prikazuju kako je Škoro neosnovano uzeo novac otpremnine s HRT-a nakon što je s dužnosti direktora HRT-ove glazbene tvrtke odriješen na vlastiti zahtjev 1999. godine. Tekst su naslovili „Ne dirajte mi glavnicu“, parafrazirajući jednu od najpoznatijih Škorinih domoljubnih pjesama „Ne dirajte mi ravnicu“.

Na sve kritike, Škoro je odgovarao isključivo putem svoje Facebook stranice. U video zapisu koji je postavio na Facebook 4. srpnja¹⁵, u 2 minute i 25 sekundi objasnio je da se u slučaju njegovog povezivanja s ministricom Žalac radi o „medijskim manipulacijama“ te da je on do svog novca i svega što imao došao čistim putem. Na kraju ponovno obećaje da će „vratiti državu narodu“. S Novostima se pak obračunao oštrije, u statusu od 12. srpnja nazvavši ih lažima i konstrukcijama, te prijeteći da će ih ugaziti kada dođe na vlast.

Facebook je Škori za sada glavni alat komunikacije. Putem njega je najavio da će najaviti kandidaturu, podijelio je YouTube video najave kandidature te je sve što je do sada politički imao za prokomentirati, prokomentirao na Facebooku. Uz to, na svojem Facebooku i dalje objavljuje najave koncerata te snimke i fotografije s istih. Za očekivati je da će se u vrijeme službene kampanje Škoro još više okrenuti društvenim mrežama i obraćati se „narodu“ putem njih s obzirom na to da je i sve do sada radio na taj način, a puno manje se obraćao i odgovarao na pitanja putem mainstream medija, što ponovno odgovara karakteristikama populizma, ali i podsjeća na komunikaciju ukrajinskog predsjednika.

¹³ <https://www.index.hr/vijesti/clanak/pogledajte-kako-se-hrabri-skoro-borio-protiv-politickih-elita/2097290.aspx> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

¹⁴ <https://www.portalnovosti.com/ne-dirajte-mi-glavnicu> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

¹⁵ <https://www.facebook.com/MiroslavSkoroofficial/videos/2409075482656627/> Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

7.3. Obilježja celebrity populizma Miroslava Škore

Miroslav Škoro kao predsjednički kandidat u Hrvatskoj odgovara prototipu celebrity populista koji označavam tipom 1. On je zvijezda iz svijeta zabave, ponajviše zbog svoje glazbene karijere, ali poznat je i kao duhovita osoba, zabavljač koji je imao ulogu i u raznim televizijskim formatima te ima svoju publiku koja ga voli. Kandidatura za predsjednika nije mu prvi ulazak u politiku jer je već jednom kratkotrajno bio saborski zatsupnik, ali moglo bi se reći da je ovoga puta u politiku ušao odlučnije i sigurnije. Funkcija predsjednika države općenito se čini kao ona kojoj celebrity populistu ciljaju (Trump, Zelensky), pa ne treba čuditi da je i Škoro odlučio okušati se na predsjedničkim izborima. Pri ulasku u politiku, celebrity populist tip 1 svjestan je da mu njegov zvjezdani status uvelike može pomoći u borbi za birače, a koncerti koje i dalje održava i bez političkih govora mogu mu poslužiti kao promocija njegove persone. Mediji ga i u njegovom životu glazbenika prate više nego li ranije, a takva medijska pozornost mu definitivno ne škodi. Kolege glazbenici ga komentiraju, kao i političari, a stihovi njegovih pjesama postaju rečenice kojima se njegova kandidatura komentira, pa se tako popularna kultura i zabava miješaju s politikom i sve postaje medijski zanimjivije, što onda lakše dolazi i do građana. U svakom slučaju, karakteristično za celebrity populista tipa 1, njegov zvjezdani status koji je postigao u svijetu zabave prelijeva se u svijet politike. Posljednja karakteristika koju Škoro ispunjava da bi ga se nazvalo celebrity populistom jest ona da ga se može definirati populistom – on se konstantno poziva na narod i distancira od političkih elita te obećava da će “vratiti državu narodu”.

8. Studija slučaja Ivana Pernara

Otkako je Ivan Pernar ušao u Sabor 2016. godine, postao je jedan od najaktivnijih saborskih zastupnika. Svojom specifičnom aktivnošću koja do tada nije bila uobičajena za Sabor privlačio je pozornost medija i postao poznat. Da bih prikazala njegov celebrity populizam, i to onaj koji svrstavam pod tip 2, prikazat ću sve karakteristike koje taj tip treba sadržavati. Za početak, celebrity populist tip 2 javnosti nije poznat prije političkog djelovanja i ulaska u politiku, to jest nije izvorno bio zvijezda van svijeta politike. Ivan Pernar tu se uklapa jer je javnosti postao poznat tek nakon organiziranja prosvjeda 2011. godine, a posebno 2016. nakon ulaska u Sabor. Osim toga, Pernara se definira i populistom, što su u jednom istraživanju već pokazali Rogulj i Kišiček (2018).

U ovoj studiji slučaja, prikazujem da je celebrity stil koji je preuzeo tip reality zvijezde. Obilježja tog tipa su nepredvidljivost, provociranje, performansi kojima se privlači pažnja i skreće pozornost na sebe, nesvakidašnji događaji u svakidašnjim situacijama, kršenje ustaljenih pravila. Gledatelji/pratitelji reality showova sve gledaju uživo i očekuju zabavu, vjeruju da su situacije koje gledaju nenamještene i da se radi o običnim ljudima koji postepeno iskreno otkrivaju sve djelove svoje osobnosti, pa Pernar svoju političku osobnost gradi služeći se upravo tim karakteristikama.

Na početku svojeg saborskog mandata, Pernar je gostujući u Pressing emisiji N1 Televizije (5. listopada, 2016.)¹⁶ na pitanje voditelja Petra Štefančića „jeste li vi ozbiljan čovjek ili ste se došli šaliti?“ odgovorio: „Ako su mediji spremni raditi cirkus i show, ja sam spreman biti klaun i zabaviti se skupa s njima“. Tom izjavom naglasio je da je spreman prilagoditi se medijima i igrati po njihovim pravilima, svjestan da zabavno privlači više pozornosti od ozbiljnog i dosadnog.

Slično tome, na svojoj Facebook stranici, 22. veljače, 2017. objavio je status u kojem između ostalog piše da ne želi biti ozbiljan kao drugi političari, nego zabavan, jer je svjestan da ljude ne zanimaju ozbiljne teme:

„Kada bi htio biti 'ozbiljan' kao drugi političari, mogao bi biti, ali to ne bi bio ja, niti bi vas zanimalo što pričam jer bi bio dosadan, kao i svi drugi. Upravo su zato ljudi izgubili interes

¹⁶ Snimka gostovanja dostupna na: <https://www.youtube.com/watch?v=wLsxywQpNpl&t=2s> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.

za politiku, ona ih ne zanima jer su svi prijašnji političari bili dosadni sa svojim pričama. Želim biti drugačiji, doza šokantne istine i doza show biznisa jer bi ljudi počeli bježati s moje stranice kada bi ih svakodnevno bombardirao surovom stvarnošću.“ (Ivan Pernar na Facebooku, 22.2.2017.)

Tomislav Klauški u kolumni za 24sata.hr te je 2016. pisao da su Pernar i Živi zid Jerry Springer show hrvatske politike. „On je naprosto, kako bi se to reklo u medijskom slengu, 'dobra televizija'. S njim se ne može promašiti“ (Klauški, 2016). Ako je Pernar dobra televizija s kojom se ne može promašiti, to znači da mediji o njemu vole pisati, Pernar se čita, on je zabavan i pomalo lud, a upravo takva osoba u inače dosadnoj politici je nešto što medijima treba.

Nino Raspudić za vecernji.hr pisao je da je jedna od Pernarovih funkcija u Saboru funkcija dvorske lude, a u naslovu teksta u diskurs je uveo riječ „pernarijada“ koja bi označavala specifičan, do sad nezabilježen, Pernarov stil. „Uživa u saborskom mandatu kao malo dijete u novoj igrački, javlja se za sve, replicira svakome i govori o svemu“ (Raspudić, 2016).

Slično tome, Jurica Pavičić pisao je da „pred našim očima upravo počinje novi, pernarovski svijet“ (Pavičić, 2016).

Inače, New York Times je 2017. godine objavio članak u kojem nabraja srednjoeuropske verzije Trumpa, a među njima se našao upravo Ivan Pernar (<https://www.nytimes.com/2017/02/24/world/europe/zbigniew-stonoga-andrej-babis.html>).

Medijski narativ o Pernaru dakle od 2016. ga promovira kao svojevrsnog luđaka, klauna koji se došao zabavljati i koji je jedina zanimljiva pojava u inače dosadnom i nerazumljivom Saboru.

8.1. Performansi u Saboru

Pernar je nekoliko puta silom bio izbačen iz Sabora nakon što je to sam isprovocirao. Iznosili su ga zaštitari, a on je od toga radio pravi spektakl prenoseći sve uživo na svojoj Facebook stranici, pa se gledateljima tog prijenosa moglo činiti da prate reality show sličan onima na televiziji u kojemu stvarne osobe dolaze u izrazito neobične, gotovo izvanredne situacije. To su prepoznali i mediji koji su jedva dočekali nešto zanimljivo i dramatično u inače medijski dosadnom Saboru.

Pernar je prvi put iz Sabora izbačen 20. siječnja, 2017. godine. Nakon što ga je nekoliko puta upozorio zbog glasnog dobacivanja, tadašnji predsjednik Sabora Željko Reiner naredio je Pernaru

da napusti sabornicu. Pernar se na to oglašio, pa su po njega došli zaštitari. Tada je Pernar uzeo mobitel u ruke i započeo live prijenos na svojoj Facebook stranici.

"Ja sigurno neću mirno izaći, ovo je fašizam. Zastupnike koji drugačije misle se izbacuje. Šokantno je da Reiner prekida sjednicu, tobože da bi održao red, a to radi samo da bi onemogućio rad sabora", derao se Pernar i stalno ponavljao kako je "ovo demokracija HDZ-a", što je vidljivo i u video zapisu koji je ostao dostupan na njegovoj stranici.

Pernar je tim performansom uspio privući pozornost medija koji su vrlo brzo prenijeli vijest i video s njegovog Facebooka o izbacivanju iz Sabora. Naslovi su u sebi sadržavali riječi poput drama (index.hr), cirkus, kaos (jutarnji.hr), a unutar teksta događaj je opisan kao show, pa tako na primjer i podnaslov Indexovog teksta glasi: „Pernar opet napravio show“.¹⁷ U medijskim tekstovima opisano je i što je Pernar govorio tom prilikom, pa je njegova poruka vrlo uspješno došla do velikog boja ljudi koji inače vjerojatno ne bi čitali tekst o tome što je tko rekao za saborskom govornicom.

Drugi put je Pernar iz Sabora izbačen 2. srpnja, 2018. zbog dobacivanja radi kojih je dobio dvije opomene te mu je tadašnji predsjedavajući Hajdaš-Dončić naredio da se udalji sa sjednice, a Pernar ponovno nije poslušao. Kada je došla saborska straža, Pernar je započeo snimanje uživo na svojoj Facebook stranici. U videu je vidljivo kako Pernar ponovno glumi žrtvu, objašnjava u kameru što se točno dogodilo i govori da je izbačen jer je samo htio reći svoje mišljenje, te je isticao kako se „ovako“ kontrolira sloboda govora u Saboru. „Ovo vam je demokracija“, ponavljao je. Na kraju su ga zaštitari koji su ga prethodno također nekoliko puta zamolili da sam iziđe morali iznositi, a na kraju video zapisa Pernar, sada već van sabornice, govori: „Evo, sad ste imali priliku vidjeti kako se vodi rasprava u Hrvatskom Saboru. Hvala vam.“ Na svojoj stranici je odmah napisao i Facebook status u kojem objašnjava što se dogodilo, te je između ostaloga napisao:

„Drago mi je da sam javnosti pokazao koliko ima ljubavi za demokraciju u Saboru, tim više što se izbacivanje dogodilo u tijeku rasprave o tome treba li na zahtjev stotina tisuća građana raspisati referendum. To su te velike demokrate iz SDP-a koje glume visoke demokratske standarde, nema razlike između HDZ-a i SDP-a. Sustav je jedna pila s dvije oštrice.“ (Ivan Pernar na Facebooku, 2.7.2018.)

¹⁷ <https://www.index.hr/vijesti/clanak/drama-u-saboru-reiner-izbacio-ernara-ali-ovaj-odbio-izaci-reagirala-i-straža/945292.aspx>

Posljednji put kad je Pernar izbačen iz Sabora bio je 5. travnja ove godine. Toga puta zaradio je dvije opomene zbog govora o Ivi Sanaderu i crnim fondovima u trenutku kada je tema rasprave bila potpuno druga. Straža je došla, a Pernar je sve po običaju snimao mobitelom. To je ujedno bio i najveći performans do sada jer se u sve upleo i Pernarov kolega Branimir Bunjac koji je kasnije s njim izašao iz Živog zida i pridružio mu se u novoosnovanoj stranci. Bunjac je naime prijetio smrću jednom stražaru jer mu je ovaj uzeo mobitel iz ruke. Pernar je na Facebooku uz video zapis izbacivanja napisao:

„Milijan Brkić nasiljem vodi sjednicu u Hrvatskom Saboru i na taj način pokušava stišati opoziciju HDZ-u. Ovo vam je Hrvatska 2019., ovo su vam vrijednosti u Europskoj uniji i u NATO paktu! Ovo je politika zapadnog imperijalizma kojem je sve podređeno!“ (Ivan Pernar na Facebooku, 5.4. 2019.)

Mediji su opet prenosili priču s naslovima o tome kako je Pernar ponovno izbačen iz Sabora, a ovoga puta u naslovima se našao i Bunjac koji je uspio velik dio pažnje usmjeriti na sebe.

Pernar dakle svoje performanse za koje je svjestan da će ljudima biti zanimljivi i smiješni te da će ih mediji masovno prenositi iskorištava da bi poslao određenu poruku, da bi se prikazao žrtvom, onoga koji je došao u Sabor govoriti što misli, ali mu se to zabranjuje. Prikazuje se kao jedan iz naroda, jedini zastupnik koji u Saboru govori što narod misli, ali kada to pokuša, izbacuju ga iz tog reality showa zvanog politika, jer ga žele utišati, baš kao što žele utišati narod. On se u Sabor ponovno vraća i govori, kako to prikazuje, u ime naroda, pa makar ponovno morao kao kakav mučenik pretrpjeti nasilna izbacivanja. Pernar dobro zna kako povrijediti saborski poslovnik, a kada se pažnja u potpunosti preusmjeri na njega, iskorištava tu priliku da bi poslao poruke biračima i izgradio sliku o sebi kao o čovjeku iz naroda koji se bori protiv elita.

Osim izbacivanja iz Sabora, Pernar je poznat i po drugim performansima koje je izvodio na radnom mjestu. Uz govore koje su mediji prenosili, pozornost je plijenio i kada je samo šutio za saborskom govornicom. Tako je 3. veljače, 2017. iskoristio svoje vrijeme za saborskom govornicom da bi četiri minute šutio za sve mlade koji su otišli iz države. Taj performans prenijeli su gotovo svi portali, a Pernar i njegove četiri minute šutnje bili su naslovi na portalima hr.n1info, 24sata.hr, vecernji.hr, net.hr, tportal, i mnogim drugima. Svi su u člancima istaknuli i trenutak u kojem zastupnik Stevo Culej pušta himnu na mobitelu dok Pernar šuti, na što ga Reiner upozorava, a Pernar potom moli da ga se ne ometa u njegovu izlaganju. Medijima je to nešto neuobičajeno, a

samim time i interesantno, što Pernar itekako dobro zna. Štoviše, naslov na portalu direktno.hr¹⁸ glasio je „Monty Python u Saboru: Pernar šutio tijekom izlaganja“. Dnevno.hr¹⁹ ovako je naslovio tekst: „Hrvatski Sabor ili luda kuća: Pernar šutio tijekom izlaganja, a Culej puštao hrvatsku himnu!“

Pernar je ponovno šutio za saborskom govornicom 2. ožujka, 2017. Taj put šutio je osam minuta zbog onečišćenog zraka u Slavanskom brodu što je tportal.hr²⁰ popratilo riječima da je Pernar opet iskoristio situaciju za „mali show“. Posljednji put performans šutnje izveo je 30. svibnja 2019. kada je za govornicom šutio osam minuta. Nakon izbora za Europski parlament zbog lošijih rezultata od očekivanih za HDZ, Pernar je za saborskom govornicom doveo u pitanje legitimitet parlamentarne većine, a Jandroković ga je nekoliko puta upozorio da se treba držati teme. Pernar je ponovno ustvrdio kako se njemu u Saboru ne dopušta govoriti, pa je teatralno odlučio šutnjom pokazati što misli o svemu tome. Tako je ponovno zbog svojeg neuobičajenog ponašanja dobio prostor u medijima.

8.2. Celebrity među mladima

Osim aktivnosti u Saboru, Pernar je u medije dospijevao i radi performansa izvan njega kojima je također uspješno plijenio pozornost javnosti. Svjestan da su njegovi potencijalni birači mladi ljudi od kojih su neki još uvijek srednjoškolci, odlazio je nepozvan u srednje škole, fotografirao se s djecom te je učenike čak i pozivao da izađu s nastave da bi se fotografirao s njima. Fotografije je objavljivao na svojoj Facebook stranici. Objavio je čak i video²¹ u kojem ga učenici iz zafrkancije iznose iz škole baš kao straža iz Sabora. Kada ga iznesu van škole, plješću mu, a on se lagano nakloni. Video zapis naslovio je: „Moje izbacivanje iz Elektrotehničke škole u Tuzli <3 :D“

Jutarnji list pisao je da je policija u Zagrebu „zaprimila najmanje tri prijave iz srednjih škola da je saborski zastupnik Ivan Pernar neovlašteno, pritom ignorirajući upozorenja zaposlenika, ulazio u srednje škole i fotografirao se s maloljetnicima“

<https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/otkrivamo-sadrzaj-dopisa-protiv-saborskog-zastupnika->

¹⁸ <https://direktno.hr/direkt/imamo-video-monty-python-u-saboru-pernar-sutio-tijekom-izlaganja-75438/>
Pristupljeno, 25. srpnja, 2019.

¹⁹ <https://www.dnevno.hr/vijesti/hrvatska/video-hrvatski-sabor-ili-luda-kuca-pernar-sutio-tijekom-izlaganja-a-culej-pustao-hrvatsku-himnu-996789/> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.

²⁰ <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/pernar-sutio-osam-minuta-bunju-opomena-zbog-vrijedanja-20170302>
Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

²¹ Video zapis dostupan je na Pernarovoj Facebook stranici:
<https://www.facebook.com/watch/?v=1787624291563346> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.

[nasilno-upada-agresivan-je-neovlasteno-snima-djecu-i-manipulira-maloljetnicima/5565627/](https://www.facebook.com/pearnari/videos/300374387563366/)).

Tadašnja pravobraniteljica za djecu, Ivana Klarić Milas prijavila ga je zbog političkog iskorištavanja djece te je bio i pod istragom DORH-a.

Da se približi mladim biračima, nekoliko puta je isticao da treba ukinuti državnu maturu, a na ovogodišnjoj norijadi u Zagrebu izašao je na Trg bana Josipa Jelačića gdje je skupljao potpise za referendum i družio se i fotografirao s mladim biračima. Video u kojem se posipa brašnom i fotografira s maturantima je postavio na svoju Facebook stranicu. Objavio je i video zapis²² u kojem mu nekoliko desetaka maturantica skandira „Pernar, Pernar“. U videu je vidljivo da nakon što Pernar krene prelaziti cestu ususret njima, one vrište od sreće i okupljaju se oko njega u veliki zagrljaj, kao da je kakav slavni pjevač ili glumac kojeg one obožavaju, a ne saborski zastupnik. Maturantice se potom fotografiraju s njim, a nakon što ih Pernar pozdravi i ode, u šetnji mu prilazi još jedna skupina mladih djevojaka koje se s njim fotografiraju, kao da su upravo naišle na neku slavnu zvijezdu.

Pernar je i u emisiji N1 televizije Novi dan krajem lipnja na pitanje voditeljice tko su njegovi potencijalni birači odgovorio „mlađe populacije koje su na društvenim mrežama“. Logično je da se Pernar pokušava što više približiti mladim ljudima, budući da istraživanja spomenuta u poglavlju o hrvatskom društveno-političkom kontekstu pokazuju da su upravo mladi sve nezadovoljniji postojećim sustavom i da manje od starijih vjeruju političkim elitama. Oni obožavaju celebrityje, a Pernara percipiraju više kao zvijezdu, nego li kao saborskog zastupnika, te smatram da bi upravo ovu tezu bilo zanimljivo provjeriti u nekim budućim istraživanjima, budući da se Trumpove simpatizere često opisuje kao političke fanove a ne birače (Kuper, 2017a cit. prema Street, 2019: 10).

Zanimljiva je i situacija za koju smatram da ju je također dobro istaknuti ovdje jer ukazuje na to da Pernara ljudi doživljavaju kao zvijezdu. Naime, u veljači 2017. pokazalo se da Pernara neki organizatori pozivaju na svoje partyje, a on je za dolazak u jedan noćni klub tražio 800 kuna, što je i sam potvrdio na Facebooku u statusu od 16. veljače, 2017. Objasnio je da je 800 kuna tražio jer ga zovu na sve strane, a on ima previše posla, pa je smatrao da bi bilo u redu da ga se plati jer

²² Video zapis dostupan na: <https://www.facebook.com/pearnari/videos/300374387563366/> Pristupljeno 20. srpnja, 2019.

pomaže organizatorima u promociji njihovih klubova i događaja. Story.hr²³ napisao je članak o tome kako Pernar traži novac za dolazak na partyje, a i oni su primijetili da je to više karakteristično za kakvu zvijezdu, nego li za jednog saborskog zastupnika, pa su to istaknuli i u naslovu: „U MANIRI CELEBOVA: Koliko novca Ivan Pernar traži za dolazak na party“.

8.3 Facebook stranica

Reality show Ivana Pernara može se pratiti u medijima, no ponajprije na njegovoj Facebook stranici koja broji preko 270 tisuća pratitelja. To je više od svih drugih hrvatskih političara, uz izuzetak Facebook stranice predsjednice Kolinde Grabar-Kitarović koja ima više od 750 tisuća pratitelja.

Čini se da sve što radi ili mu u tom trenutku padne napamet Pernar objavljuje na Facebooku. Upravo je to jedan od glavnih izvora za medije o njemu. Grbeša i Šalaj (2018.) navode da su društvene mreže pomogle populistima da kažu što žele i tako dosegnu široku publiku neovisno o tradicionalnim i mainstream medijima, a uz to, njihove objave na mrežama mainstream mediji često preuzimaju i šire dalje i time populiste čine prepoznatljivijima i popularnijima. Pernar potom članke o sebi ponovno dijeli na svojoj stranici i tako se stvara svojevrsni začarani krug rasprave o njemu i njegovim performansima.

Pernar je izuzetno aktivan na svojoj stranici te dnevno uglavnom ima desetak objava, što u vidu statusa, što fotografija, podjele članaka ili video zapisa. Često poput celebrityja dijeli sa svojim pratiteljima što mu se taj dan dogodilo, o čemu razmišlja i slično, te ga se u tom vidu može usporediti s influencerima koje mladi vole i od kojih su naviknuli na takav stil komunikacije, pa im je Pernar jedan od rijetkih političara za kojeg doživljavaju da uopće komunicira s njima.

Na primjer, u vrijeme izlaska iz Živog zida i osnivanja nove stranke te najave predsjedničke kandidature, Pernaru je upravo Facebook bio glavni alat komunikacije, a mainstream mediji su samo prenosili sve što je on pisao. Na njegovom Facebooku odvijala se prava drama, a on je pisao statute i u jedan sat ujutro. Snimao je video zapise u kojima objašnjava što se događa, a Tomislav Klauški u svojoj kolumni za express.hr ponovno je primijetio da se radi o pravom reality showu.

²³ <https://www.story.hr/ups/u-maniri-celebova-koliko-ivan-pernar-trazi-novca-za-dolazak-na-party-349980>

„Kamere su ih pratile dok su ih višestruko iznosili iz sabornice, a Branimir Bunjac zaoštrio je konkurenciju svojim ispadima protiv saborske straže ili prijetnjom fizičkim obračunom s kolegom iz stranke, i to oko fotelje u Europskom parlamentu. Što su oni izvodili veći cirkus, rejting im je postojano rastao. Zašto? Zato što se Živi zid, pored svega, obraća generaciji koja je odrasla i stasala uz reality show“ (Klauški, 2019).

8.4. Populizam

Već sam naglasila da smatram da je u prikazivanju Pernara kao celebrity populista bitnije objasniti njegov zvjezdani stil, a i nedavno istraživanje Rogulj i Kišiček (2018) pokazalo je da je Pernar populist, te su Živi zid kao i Stranka Ivana Pernara takozvane „antisistemske stranke“. Međutim, da bih to dodatno potvrdila, prikazat ću dijelove iz intervjua koji je Pernar dao na početku svojeg rada u Saboru, 2016. za 24sata.hr te dva intervjua nakon izlaska iz stranke: prvi u RTL Direktu kod Zorana Šprajca te drugi u emisiji Novi dan N1 Televizije.

Na pitanje novinara 24sata.hr je li populist kako ga neki nazivaju, te smeta li mu to, Pernar odgovara: „Ja sam apsolutno populist“. U nastavku odgovora ističe i glavnu podjelu na kojoj se populizam temelji, a to je ona naroda (koje on ovdje naziva građanima) naspram elita.

„Izražavam volju i mišljenje građana, a ne elita i ostat ću populist za razliku od mojih konkurenata koji su elitisti. Političari su elitisti koje nije briga za mišljenje građana“, rekao je Ivan Pernar i time pokazao kako sve političare (iako je i u tom trenutku i sam političar s obzirom na činjenicu da je zastupnik u Saboru) svrstava u jedan koš elita koje nije briga za građane, a građani su na suprotnoj strani te je on njihov čovjek koji „izražava njihovu volju i mišljenje“.

„Znam im reći da je jedina razlika između njih i mene ta što sam ja u Saboru, a moja mišljenja i stavovi su stavovi običnih ljudi“, nastavlja Pernar i tako se pokušava prikazati kao čovjek iz naroda.

Nakon osnivanja nove stranke, Pernar je 9. srpnja gostovao u RTL Direktu, a neke od njegovih izjava bile su: „mogu predstavljati ljude koji drugačije misle i koji ne prihvaćaju establishment ili bolje rečeno, koje establishment ne prihvaća“, „ja sam jedini alternativni, odnosno antimainstream kandidat“, „oni nisu protiv establishmenta“ „oni su hrvatsku brendirali kao marionetsku zemlju“, govorio je pokušavajući diskreditirati sve druge predsjedničke kandidate, pa čak i one koji imaju sličan diskurs njegovome i tvrde da su ljudi iz naroda. Osim toga, rekao je i „možete vidjeti da sam jedan od poznatijih zastupnika“, čime je pokazao da je svjestan svoje popularnosti i važnosti

celebrity statusa kojeg je stekao u svojem političkom djelovanju. Slične izjave imao je i u razgovoru u lipnju u emisiji Novi dan N1 televizije: „svi drugi kandidati su predstavnici istog sustava koji nam nameće određene politike“, „ideja otpora sustavu se nastavlja“ (govoreći o svojoj novoj stranci), „moja parola će biti vrlo jednostavna (...) naši građani su na prvom mjestu, interesi Hrvatske su na prvom mjestu“, „borit ću se protiv agende novog svjetskog poretka“, „smatram da sam jedini kandidat koji nudi drugačiju politiku od one koja se provodi“.

8.5 Obilježja Ivana Pernara kao reality show celebrity populiste

Ivan Pernar ispunjava sve karakteristike da bi ga se moglo nazvati celebrity populistom i to onim koje označavam tipom 2 jer je zvjezdani status stekao tek nakon ulaska u političku arenu. Početak su bili politički prosvjedi, a buknilo je kada je postao saborski zastupnik i započeo s raznim performansima koji su karakterističnije za kakav reality show, nego li za politički svijet koji se inače doživljava ozbiljnim i dosadnim. Tim performansima privlači pažnju medija, pa ga i oni prikazuju više kao kakvu dvorsku ludu, nego ozbiljnog saborskog zastupnika, te se u njegovom ponašanju i djelovanju mogu iščitati karakteristike celebrity političara u formi reality zvijezde: on provocira incidente koji će privući pažnju; u svakidašne situacije (saborska rasprava) unosi neočekivane performanse (incidenti); sve to uživo prenosi na Facebooku pa njegovi pratitelji imaju osjećaj da gledaju u realnost (u Pernarovom slučaju u realnost politike i Sabora) i da ništa nije iscenirano, baš kako gledatelji reality showa vjeruju da gledaju stvarne, nenamještene situacije, iako se zna da to nije točno. Pernar se tako kao celebrity političar gradi u stilu reality zvijezde, a mediji njegove performanse vole te o njemu pišu i tako ga dodatno populariziraju. Dakle, osim što se i sam ponaša kao reality zvijezda, u ovoj studiji slučaja izdvojila sam i neke medijske tekstove koji ga također karakteriziraju na taj način, a publika ga (posebice mlađa) percipira kao zvijezdu, a ne običnog, tradicionalnog političara. Smatram da bi u narednim istraživanjima posebno zanimljivo bilo dodatno analizirati upravo stavove i razmišljanja građana o Ivanu Pernaru, te provjeriti uklapaju li se u ovaj model.

Uz sve to, Pernar je i populist jer je temelj njegovog djelovanja antisistemski, kontra elita, suprotno mainstreamu i za narod kojeg uvijek označava pozitivno, pa je kombinacija njegovog populizma i celebrity političara ključna da bi ga se moglo nazvati celebrity populistom.

9. Zaključak

Cilj ovoga rada bio je na primjerima Miroslava Škore i Ivana Pernara objasniti celebrity populizam, fenomen koji je sve prisutniji diljem svijeta. Budući da se u literaturi autori često bave populizmom odvojeno od celebrity politike (i obrnuto) te se u samo nekim radovima mogu pronaći kratki ulomci koji spominju da jedan političar može imati elemente oba fenomena, odlučila sam na primjerima Ivana Pernara i Miroslava Škore u Hrvatskoj prikazati što je to celebrity populizam te sam ga odvojila u dva moguća tipa, ovisno o izvoru slave, pa tako tip 1 a) kao zvijezda poznata izvan svijeta politike ulazi u politiku i b) ponaša se populistički; a tip 2 je a) političar (populist) koji b) koristi celebrity tehnike te se ponaša kao zvijezda, a javnost ga percipira kao slavnu osobu više nego li kao tradicionalnog političara.

Studijama slučaja prikazala sam elemente koje sam smatrala bitnima da bi se objasnile karakteristike celebrity populizma kod Pernara i Škore. Ova dva predsjednička kandidata u mnogočemu se razlikuju. Pernar svoje (potencijalne) birače privlači „reality zvijezda“ tehnikama, a Škoro, iako blizak elitama, želi uvjeriti birače da je on samo jedan običan čovjek spreman žrtvovati se za narod. To nam pokazuje da je celebrity populizam, baš poput populizma i celebrity politike, unutar sebe veoma raznolik te da ga mogu koristiti različiti ljudi s različitim političkim idejama. Ovaj diplomski rad ponudio je samo jednu od mogućih kategorizacija i načina na koji se celebrity populizam može promatrati, a smatram da je vrijeme da se o ovom fenomenu počne više pisati.

Zanimljivo je da su se celebrity populistu u posljednjih nekoliko godina počeli nadmetati upravo za stolicu predsjednika države, pa je logično zapitati se što je to s funkcijom predsjednika da toliko privlači takve persone i da je za njih očito pogodna. Politika sve više postaje show, ljudi sve manje vjeruju političarima, pa je logično da žele promjene. Ako te promjene dolaze od zabavljača koji su im bliži od tradicionalnih političara za koje uglavnom nikad nisu čuli, ne čudi da se birači okreću upravo „zabavljačima“. Kakvog će to utjecaja imati na demokraciju koju poznajemo? Možda će postati zabavnija? Ili će nam ljudi koji nam se predstavljaju kao blesavi i zabavni krojiti budućnost po svome dok nas nasmijavaju s ciljem da nam odvrate pažnju od važnijih stvari? Ili će nam naposljetku, po zamisli populista, uistinu cijeli narod vladati društvom, kakav god taj narod bio? U svakom slučaju, oni koji budu znali kako biti posebni, autentični, bliski narodu i drugačiji od svih drugih, bit će u velikoj prednosti, a pametno korištenje društvenih mreža također je veliki plus

koji pomaže u stjecanju popularnosti. Političari koji i dalje budu odbijali prilagoditi se onome što se događa u medijaliziranom svijetu u kojem građani sve manje vjeruju demokraciji koju poznajemo, bit će na gubitku.

U ovom radu fokusirala sam se na dva tipa celebrity populista čije karakteristike sam prikazala, no još je puno otvorenih tema i prostora ostalo za buduća istraživanja koja će se baviti ovim fenomenom. Ono što bi možda bilo najzanimljivije analizirati, a najmanje je prikazano u ovom radu, jest način na koji građani (posebice mladi) percipiraju celebrity populiste i kako to utječe na njihovo razumijevanje i kvalitetno praćenje politike (naglašavam kvalitetno), te tek na temelju toga pokušati razlučiti kako i koliko celebrity populizam mijenja demokraciju te je li za nju dobar ili loš.

10. Literatura

- 1) Bartoszewicz, Monika Gabriela (2019) Celebrity populism: a look at Poland and the Czech Republic. *European Politics and Society*, Dostupno na: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23745118.2019.1569342> Pristupljeno: 10. srpnja, 2019.
- 2) Biličić, Mijo (2005) Metoda slučaja u znanosti i nastavi. *Pomorstvo* 19(1): 217-228
- 3) Driessens, Olivier (2013) The celebritization of society and culture: understanding the structural dynamics of celebrity culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16 (6): 641-657.
- 4) Enli, Gunn (2017) Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election. *European Journal of Communication* (32)1: 50-61
- 5) Enli, Gunn. Rosenberg, L. T. (2018) Trust in the Age of Social Media: Populist Politicians Seem More Authentic. *Social Media + Society* 4(1)
Dostupno na: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2056305118764430> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.
- 6) Grbeša, Marijana (2010) Privatisation of Politics in Croatia: Analysis of the 2003 and 2007 Parliamentary Elections. *Medijska istraživanja: znanstveno-stručni časopis za novinarstvo i medije*, 16(2): 57-79.

- 7) Grbeša, Marijana. Šalaj, Berto (2017) Što je populizam i kako ga istraživati? *Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja* 26(3): 321-340
- 8) Grbeša, Marijana. Šalaj, Berto (2018) Dobar, loš ili zao? Populizam u Hrvatskoj. Zagreb: TIM press
- 9) Groshek, J. Koc-Michalska, K. (2017) Helping populism win? Social media use, filter bubbles, and support for populist presidential candidates in the 2016 US election campaign. *Information, Communication & Society*, Dostupno na:
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1369118X.2017.1329334?journalCode=rics20> Pristupljeno: 10. srpnja, 2019.
- 10) Holtz-Bacha, Christina (2004) Germany: How the private life of politicians got into the media. *Parliamentary Affairs*, 57(1): 41-52
- 11) Klauški, Tomislav (2016) Politički trash: Živi zid je tek karikatura hrvatske politike... 24sata.hr 6. listopada. <https://www.24sata.hr/kolumne/politicki-trash-zivi-zid-je-tek-karikatura-hrvatske-politike-494068> Pristupljeno 25. Srpnja, 2019.
- 12) Klauški, Tomislav (2019) Nekoć Bismarck i realpolitik, danas kurve, redikuli, kokain. Express.hr 17. lipnja <https://www.express.hr/top-news/nekoc-bismarck-i-realpolitik-danas-kurve-redikuli-kokain-21822> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 13) Marsh, D. i dr. (2010) Celebrity Politics: The Politics of the Late Modernity? *Political Studies Review*: 2010, Dostupno na:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1478-9302.2010.00215.x> Pristupljeno: 10. srpnja, 2019.
- 14) Mazzoleni, G. Schulz, W. (1999) "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3): 247-261 , Dostupno na:
<http://dx.doi.org/10.1080/105846099198613> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.
- 15) Milardović, A (2004) Populizam i globalizacija. Zagreb: CPI
- 16) Miočić, Ivana (2018) Fleksibilnost studije slučaja: Prednost ili izazov za istraživače? (pregledni članak) *Ljetopis socijalnog rada* 25(2): 175-194
- 17) Moffit, B. Tormey, S. (2014) Rethinking Populism: Politics, Mediatisation and Political Style. *Political Studies*, 62: 381–397 Dostupno na:
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9248.12032> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.

- 18) Mudde, Cas (2004) The populist *Zeitgeist*. *Government & Opposition* 39(4): 541–563
- 19) Pavičić, Jurica (2016) Pred našim očima upravo počinje novi, pernarovski svijet. *Jutarnji.hr* 4. prosinca. <https://www.jutarnji.hr/komentari/jurica-pavicic-pred-nasim-ocima-upravo-pocinje-novi-pernarovski-svijet/5338403/> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 20) Pfetsch, Barbara i dr. (2016) Old and New Dynamics of Agenda Building in a Hybrid Media System. U: Vowe, Gerhard i Henn, Philipp (ur.) *Political Communication in the Online World: Theoretical Approaches and Research Designs* (str. 45-58) New York: *Routledge*
- 21) Raspudić, Nino (2016) Pernarijada u Saboru. *Vecernji.hr* 28. listopada. <https://www.vecernji.hr/premium/pernarijada-u-saboru-1124383> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 22) Rogulj, Maja. Kišiček, Gabrijela (2018) Populizam kao retorička taktika u suvremenom hrvatskom političkom diskursu *Političke analize* 35(9): 28-35
- 23) Street, John (2004) Celebrity politicians: Popular culture and political representation. *British Journal of Politics and International Relations*, 6(4): 435–452
- 24) Street, John (2012) Do Celebrity Politics and Celebrity Politicians Matter? *British Journal of Politics and International Relations*, Dostupno na: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/j.1467-856X.2011.00480.x> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.
- 25) Street, John (2019) What is Donald Trump? Forms of ‘celebrity’ in celebrity politics. *Political Studies Review*, 17(1): 3–13
- 26) Šalaj, Berto (2012) Što je populizam? *Političke analize*, 11(3): 55-61
- 27) Van Krieken, Robert (2018) *Celebrity Society: The Struggle for Attention*. Routledge
- 28) Van Zoonen, Liesbet (2006) The personal, the political and the popular: A women's guide to celebrity politics. *European Journal of Cultural Studies* 9(3): 287-301
- 29) Vidmarović, Branimir (2019) Hoće li Hrvatska sa Škorom dobiti svog Trumpa? *Index.hr* 23. lipnja. <https://www.index.hr/vijesti/clanak/hoce-li-hrvatska-sa-skorom-dobiti-svog-trumpa/2094575.aspx> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 30) Vurušić, Vlado (2019) JE LI ŠKORO U POPULARNOM GLUMCU PRONAŠAO IZVOR SVOJIH PREDIZBORNIM MUDROSTI Sličnost je prilično očita, iako su pozicije i namjere drugačije. *Jutarnji.hr* 3. Srpnja. <https://www.jutarnji.hr/globus/Globus->

[politika/je-li-skoro-u-popularnom-glumcu-pronasao-izvor-svojih-predizbornih-mudrosti-slicnost-je-prilicno-ocita-iako-su-pozicije-i-namjere-drugacije/9073853/](#) Pristupljeno 25. Srpnja, 2019.

- 31) Wheeler, Mark (2013) *Celebrity politics*. Cambridge: Polity Press
- 32) Wood, M. i dr. (2016) Just like us: Everyday celebrity politicians and the pursuit of popularity in an age of anti-politics, *The British Journal of Politics and International Relations*, 18(3): 581–598.
- 33) Zainal, Zaidah (2007) Case study as a research method. *Jurnal Kemanusiaan* 9: 1-6
Dostupno na:
[https://www.researchgate.net/publication/41822817 Case study as a research method](https://www.researchgate.net/publication/41822817_Case_study_as_a_research_method)
Pristupljeno 10. srpnja, 2019.

Izvori s online portala:

- 1) Hr.n1info.com (2019) "Škoro će pjevati dok ne počne kampanja, nema smisla staviti život na čekanje". <http://hr.n1info.com/Vijesti/a419826/Skoro-ce-pjevati-dok-ne-pocne-kampanja-nema-smisla-staviti-zivot-na-cekanje.html> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 2) Jutarnji.hr (2017) OTKRIVAMO SADRŽAJ DOPISA PROTIV SABORSKOG ZASTUPNIKA 'Nasilno upada, agresivan je, neovlašteno snima djecu i manipulira maloljetnicima'. <https://www.jutarnji.hr/vijesti/hrvatska/otkrivamo-sadrzaj-dopisa-protiv-saborskog-zastupnika-nasilno-upada-agresivan-je-neovlasteno-snima-djecu-i-manipulira-maloljetnicima/5565627/> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 3) Nytimes.com (2017) The Trump-Like Figures Popping Up in Central Europe. <https://www.nytimes.com/2017/02/24/world/europe/zbigniew-stonoga-andrej-babis.html> Pristupljeno 10. srpnja, 2019.
- 4) Vijesti.hrt.hr (2019) Miroslav Škoro ide u utrku za predsjednika? <https://vijesti.hrt.hr/522249/miroslav-skoro-ide-u-utrku-za-predsjednika> Pristupljeno 25. srpnja, 2019.
- 5) Vijesti.rtl.hr (2019) Grdović o Škorinoj kandidaturi: 'Trebao bi se povući, Kolinda je svjetska zvijezda'. <https://vijesti.rtl.hr/novosti/hrvatska/3521817/grdovic-o-skorinoj-kandidaturi-trebao-bi-se-povuci-kolinda-je-svjetska-zvijezda> Pristupljeno 25. srpnja, 2019

Sažetak

Celebrity populizam u literaturi je još uvijek u začecima, kao pojam se rijetko spominje, no mnogi autori ističu poveznice između celebrity politike i populizma. Cilj ovog diplomskog rada stoga je bio pokazati da su predsjednički kandidati na izborima 2019./2020., Miroslav Škoro i Ivan Pernar, celebrity populisti, te na njihovim primjerima objasniti karakteristike tog fenomena. Metoda koju sam koristila je studija slučaja kako bih se mogla kvalitetnije fokusirati na one karakteristike koje se tiču upravo celebrity populizma. Ovaj rad ističe dva različita tipa celebrity populista: Škoro kao tip 1 koji a) iz svijeta zabave ulazi u svijet politike te mu u popularizaciji njega kao političara ta slava dodatno pomaže, b) a ujedno je i populist; te Pernar kao tip 2, a) populist koji b) sebe kao zvijezdu gradi tek ulaskom u svijet politike i to u njegovom slučaju u stilu reality zvijezde.

Ključne riječi: populizam, celebrity politika, celebrity populizam, Ivan Pernar, Miroslav Škoro, hrvatska politika

Summary

Celebrity populism is still very new and unexplored in literature, but though the term is rarely mentioned, a lot of scholars find connections between celebrity politics and populism. This thesis aimed to show that Croatian presidential candidates in 2019./2020. elections, Miroslav Škoro and Ivan Pernar, are celebrity populists and by using them as examples to explain characteristics of celebrity populism. The method I used was a case study so that I could better focus on those characteristics that specifically relate to celebrity populism. The thesis highlights two different types of celebrity populists: Škoro as type 1 who a) enters the political world from the entertainment world, and his celebrityhood helps him in creating his political persona b) plus he is a populist; and Pernar as type 2, a) a populist b) who was not famous prior to his political work and is creating himself as a celebrity in the political world which is in his case in the style of reality celebrity.

Keywords: populism, celebrity politics, celebrity populism, Ivan Pernar, Miroslav Škoro, Croatian politics