

# Zauzdani populizam: fenomen Milana Bandića

Nenad Zakošek

Deseti siječnja 2010. doista je bio značajan datum: hrvatska se demokracija toga dana suočila s dosad najvećim populističkim izazovom.

Netom po objavi rezultata predsjedničkih izbora u hrvatskoj se javnosti osjetilo istinsko olakšanje. Dvotjedna kampanja Milana Bandića za drugi krug izbora vjerojatno je po agresivnosti i polarizaciji biračkog tijela nadmašila sve što smo iskusili u dvadeset godina hrvatske demokracije, uključujući i najžešće nacionalističke kampanje HDZ-a u doba Franje Tuđmana, odnosno Sanaderovo ponovno oživljavanje ekstremističke retorike na parlamentarnim izborima 2007. Mnogi su osjećali da je Bandićev poraz značajan datum u povijesti hrvatske demokracije. S druge strane, u poraženom taboru nevjerica i razočarenje bili su gotovo opipljivi: poraženi samoprogllašeni pučki junak drhtavim je glasom svoj izborni fijasko pripisivao elitama, centrima moći i negativnoj kampanji mržnje, čija je žrtva navodno bio.

Deseti siječnja 2010. doista je bio značajan datum: hrvatska se demokracija toga dana suočila s dosad najvećim populističkim izazovom. Ostat će zabilježeno da su u Hrvatskoj građani tu političku opciju odbacili golemom većinom od oko 550 tisuća glasova, odnosno 26 posto razlike. Dakako, važno je zapamtiti i to da su u Bosni i Hercegovini birači – makar oni koji su izašli na izbore, a to je malo više od trećine registriranih – plebiscitarno prihvatili Bandića i njegovu političku ponudu: većina od 95 posto doima se poput rezultata pseudoizbora u nekome autoritarnom režimu.

Unatoč prisutnosti nekih elemenata populističke politike u Hrvatskoj od samih početaka demokracije, Bandićeva je predsjednička kandidatura označila sasvim novu dimenziju populizma u hrvatskoj politici na nacionalnoj razini. Hrvatska je dobila nacionalnoga populističkog tribuna, koji se po svojoj ideologiji i političkim sredstvima može usporediti s odgovarajućim pandanima u starim i novim europskim demokracijama. Da bismo argumentirali tu tvrdnju, moramo pobliže odrediti pojam populizma i istražiti kako se manifestira u Bandićevoj politici.

## Populizam: izazov europskim demokracijama

U politološkoj raščlambi populističkog fenomena valja poći od dvije konstatacije. Prvo, populizam je inherentan demokraciji, a sam demokratski proces neprestano generira populističke izazove. Od antike je poznato da demokratsko sudjelovanje građana u politici pruža priliku demagozima. Drugo, populizam se kao moderni politički fenomen pojavio još u 19. stoljeća u nekim neeuropskim društvima. U SAD-u se pojam vezuje za agrarni protestni pokret sitnih farmera krajem 19. i početkom 20. stoljeća. Za Latinsku je Ameriku osobito karakterističan populizam pojedinih političkih vođa, od Juana Peróna do Huga Cháveza.

Za analizu recentnoga hrvatskog populizma ipak je najvažnije iskustvo novoga europskog populizma, koji se pojavljuje sredinom osamdesetih godina 20. stoljeća. U tom kontekstu treba razlikovati dva značenja pojma populizma: populizam kao

politički stil i sredstvo nasuprot populizmu kao integralnom modelu politike.

Populizam kao politički stil danas je prodro u političku maticu, te ga rabe i etablirani političari (Mudde, 2004: 562-563). To je izraz krize stranačke demokracije kakva je u Europi postojala i uspješno funkcionirala od Drugoga svjetskog rata do početka osamdesetih godina. U posljednjih četvrt stoljeća dogodile su se značajne političke promjene u Zapadnoj Europi. Izrazito je oslabila privrženost birača etabliranim političkim strankama, koja se u prvim poratnim desetljećima zasnivala na postojanju socijalno-kulturnih miljea u koje su birači bili uklopljeni i koji su ih čvrsto vezivali za određene stranke. Danas je u Zapadnoj Europi tek oko polovice birača dugoročno opredijeljeno za jednu stranku. U Istočnoj Europi taj je broj još manji. Nacionalna je politika u kontekstu europske integracije i globaliziranog tržišta postala vrlo kompleksna. Smanjila se sposobnost stranaka da formuliraju prepoznatljive obuhvatne programe kao osnovu javnih politika – umjesto toga, političke odluke nastaju u kompleksnoj interakciji nadnacionalnih institucija, nacionalne birokracije, eksperata, organiziranih interesa i zagovaračkih skupina civilnog društva. Napokon, mediji su zadobili sasvim novu ulogu u definiranju političke agende, ali i u komunikaciji političara s biračima. U takvim uvjetima i etablirani političari sve su više upućeni na uporabu populističkih instrumenata kojima "reduciraju kompleksnost" društvenih problema i stvarnoga političkog procesa te nastoje mobilizirati biračku podršku. U takve instrumente populističke politike ubrajaju se, primjerice, izravno pozivanje na javno mnijenje i prevladavajuće mišljenje javnosti, naglašavanje nadstranačkog karaktera programa i politika, personalizacija politike te permanetna izborna kampanja (to jest, korištenje medija i marketinških instrumenata za samoprezentaciju političara) (Jun, 2006: 238-250).

Populizam kao integralni model politike više je od političkog stila ili instrumenta političkog diskursa. Riječ je o novom obliku političke mobilizacije birača, koji rabi nove ideološke elemente. U Europi se takav tip populističke politike pojavljuje i postiže značajnije uspjehe od sredine osamdesetih godina, a predstavljaju ga novi politički vođe, poput Jörga Haidera u Austriji, Jean-Marie Le Pena u Francuskoj, Umberta Bossija u Italiji, Filipa Dewintera u Belgiji ili Pima Fortyna u Nizozemskoj. Naizgled je riječ o vrlo različitim političkim ličnostima i pojavama koje su razumljive u specifičnome nacionalnom kontekstu. Ipak, postoje zajednička obilježja koja povezuju spomenute i druge europske političare novog populizma. Thomas Meyer (2006: 81-82) navodi sljedećih pet zajedničkih obilježja novog europskog populizma:

- usmjerenost protiv etablirane politike i institucija predstavničke demokracije, te kritika "političke klase"
- politička mobilizacija nižih socijalnih slojeva, onih čiji je tržišni položaj zbog nedostatnog obrazovanja osobito ugrožen zaoštravanjem tržišne utakmice i priljevom jeftine imigrantske radne snage

- artikulacija u obliku protestnog pokreta, koji mobilizira sljedbenike protiv neke akutne opasnosti (otuđene vladavine elita, stranog kapitala, etničkih manjina, imigranata)
- radikalno pojednostavnjenje društvene stvarnosti, ukidanje diferenciranosti, interpretacija političkog života pomoću jednostavnih crno-bijelih šablona i emocionalizirane sheme prijatelj-neprijatelj ("narod" i "elite", "domovina" i "moćni međunarodni akteri", "domaći" i "stranci" i sl.)
- ukidanje racionalnoga političkog diskursa, koji se zamjenjuje retoričkom osudom, etiketiranjem i sumnjičenjem političkih protivnika.

Integralni populizam reagira na stvarne ili percipirane deficite suvremene liberalne demokracije i nudi rješenja u ime "naroda", "malog čovjeka" ili "zdravog razuma". Po pravilu je riječ o stranci ili organizaciji koju mobilizira karizmatički politički vođa. On neposredno artikulira *vox populi*, zaobilazeći ograničenja koja volji naroda nameću ustavne institucije, podjela vlasti, nadnacionalni režimi ili politička korektnost elita. Populistička ideologija, po pravilu, ima dvije dimenzije, vertikalnu i horizontalnu (Rensmann, 2006: 65), koje su definirane onime što populizam percipira kao glavne prepreke za ostvarenje narodne volje. U vertikalnoj dimenziji riječ je o elitama, institucijama i vrijednostima koje iskrivljuju narodnu volju i ugrožavaju homogenost naroda, a u horizontalnoj se dimenziji populizam okreće protiv izvanjskih opasnosti i moćnih međunarodnih aktera.

Tablica 1. Vertikalna i horizontalna dimenzija ideologije novoga europskog populizma

Vertikalna dimenzija	Horizontalna dimenzija
- protiv stranaka	- protiv Europske Unije
- protiv elita	- protiv globalizacije
- protiv društvenog establišmenta	- protuamerikanizam
- protiv liberalizma	- socijalni protekcionizam
- protiv društvenoga i političkog pluralizma	- protiv imigranata (desni populizam)
- za homogenu narodnu volju	- protiv stranih investicija
- protiv manjina	
- naglasak na kolektivnom identitetu	

Raznolikost populističkih fenomena koji su danas prisutni u suvremenim demokracijama može ponukati na zaključak da je riječ o neminovnoj pojavi s kojom se valja pomiriti. Međutim, premda se možemo suglasiti s time da je populizam neizbježan fenomen suvremenih demokracija, opterećenih kompleksnošću društvenih problema, neučinkovitošću političkih institucija i otuđenošću političkih elita, nedvojbeno je da je on simptom deficita liberalne demokracije, a ne recept za njihovo prela-

davanje. Zašto je populizam opasan za demokraciju? Zato što polarizira društvo, svoje političke protivnike i "strane elemente" u društvu stigmatizira u ime "moralne većine", potiče netoleranciju, potkopava demokratske političke institucije i nameće simplificirana pseudorješenja, koja teže autoritarnoj transformaciji društva.

## Bandić kao novi politički fenomen

Na podlozi opisanog modela populističke politike može se ocijeniti i politički projekt Milana Bandića. U stanovitom smislu, kandidatura za hrvatskog predsjednika bila je Bandićev trenutak istine. U posljednjih deset godina on je u Zagrebu, u okrilju gradske organizacije SDP-a i gradske administracije koju je potpuno sebi podredio, etablirao osebujan politički model, čije se prave konture ipak nisu mogle prepoznati, jer su bile ograni-

čene na lokalnu razinu (makar je posrijedi glavni grad) i skrivene iza socijaldemokratske fasade. Najvažniji element Bandićeva političkog modela do predsjedničkih izbora nije bio populizam – on je bio prije stilski ukras, obojen njegovim prepoznatljivim osobnim karakterom – nego svojevrsna rentijerska klijentelistička politika. Bandić je koristio bogatu rentu glavnog grada – ekonomski i fiskalni višak koji je proizlazio iz privilegiranog položaja Zagreba, to jest iz koncentracije najbogatijih tvrtki i imućnih društvenih slojeva, kao i mešetarenja skupim gradskim nekretninama – za izgradnju razgranate klijentelističke mreže, koja je opsluživala različite partikularne interese, od odabranih poduzetnika koji su poslovali s gradom i Holdingom, preko vojske sljedbenika koja se zapošljavala u gradskoj upravi i poduzećima, do divergentnih socijalnih skupina (umirovljenika, roditelja, učenika i studenata, branitelja, stanovnika predgrađa itd.), koji su dobivali "poklone" iz gradskog proračuna. Taj je politički model u praksi imao sljedeće posljedice:

Tablica 3. Rezultati predsjedničkih izbora u Republici Hrvatskoj 2009-2010.

	27. 12. 2009, 1. krug		10. 1. 2010, 2. krug	
	Glasova u Hrvatskoj	Ukupno glasova, uklj. dijasporu	Glasova u Hrvatskoj	Ukupno glasova, uklj. dijasporu
<i>Ukupno birača</i>	4.089.025	4.495.233	4.089.320	4.495.528
<i>Ukupno glasova</i>	1.909.745	1.975.909	2.139.358	2.253.154
<i>Izlazak na izbore (%)</i>	46,7	43,9	52,3	50,1
<i>Nevažećih glasova (%)</i>	20.508 (1,1)	20.890 (1,1)	30.104	30.547
<i>Važećih glasova</i>	1.888.675	1.954.441	2.109.254	2.222.607
<b>Kandidati</b>	<b>Osvojenih glasova (%)<sup>1</sup></b>		<b>Osvojenih glasova (%)<sup>2</sup></b>	
Ivo Josipović (SDP)	33,4	32,4	63,1	60,3
Milan Bandić (neovisni kandidat)	13,7	14,8	36,9	39,7
Andrija Hebrang (HDZ)	11,6	12,0	-	-
Nadan Vidošević (neovisni kandidat)	11,6	11,3	-	-
Vesna Pusić (HNS)	7,5	7,3	-	-
Dragan Primorac (neovisni kandidat)	5,9	5,9	-	-
Miroslav Tuđman (neovisni kandidat)	3,9	4,1	-	-
Damir Kajin (IDS)	4,0	3,9	-	-
Josip Jurčević (neovisni kandidat)	2,8	2,7	-	-
Boris Mikšić	2,2	2,1	-	-
Vesna Škare Ožbolt (neovisna kandidatkinja)	2,0	1,9	-	-
Slavko Vukšić (DSSR-SR)	0,4	0,4	-	-
<i>Ukupno osvojenih glasova (%)</i>	99,0	98,8	100,0	100,0

<sup>1</sup> Postotak glasova u prvom krugu odnosi se na udio glasova koje je kandidat osvojio unutar *ukupnog broja glasova*, u skladu sa st. 3. čl. 94. Ustava, koji propisuje da predsjednički kandidat mora osvojiti većinu ukupnog broja glasova svih birača koji su glasovali kako bi pobijedio u prvom krugu.

<sup>2</sup> Postotak glasova u drugom krugu odnosi se na udio glasova danih kandidatu unutar broja svih *važećih glasova*.

- centralizaciju vlasti, koja je izgrađena strogo hijerarhijski, te je gradonačelniku omogućavala da kontrolira sve sektore gradske uprave i sva gradska poduzeća, koja su ujedinjena u Holding (poznato je da je Bandić kao gradonačelnik bio postavljen za jedinog člana Skupštine Holdinga)
- personalizaciju vlasti, budući da je Bandić osobno nadzirao sve odluke i personalna postavljanja u gradskoj upravi i stranci te tako uspostavljao odnose osobne lojalnosti i ovisnosti
- nepredvidljivost javnih politika u gradu, potpuno onemogućavanje javne rasprave o parametrima i strategijama razvoja grada, budući da su političke odluke ovisile jedino o preferencijama gradonačelnika i njegovih najužih suradnika
- okupaciju pojedinih sektora gradske uprave od strane partikularnih interesa, koji su zauzvrat bili obvezani financijski i politički podupirati gradonačelnika.

Desetogodišnja vladavina pomoću opisanoga političkog modela učinila je Bandića u Zagrebu praktički nedodirljivim i nepobjedivim na izborima. Ta je pozicija dodatno učvršćena nemogućnošću vodstva SDP-a da kontrolira ili derogira Bandića, kao i manifestnom slabošću HDZ-a u gradu, koji nije pokazivao ambiciju da mu ozbiljno konkurira. Ta bi se konstelacija vjerojatno nastavila i u budućnosti da Bandić nije odlučio iskoristiti u nacionalnu politiku.

Kandidatura za predsjednika drastično je promijenila Bandićev položaj i ujedno ga je prisilila da otvoreno iskaže svoje političke nazore. U izbornoj smo kampanji – zahvaljujući naizgled neiscrpnim sredstvima kojima je Bandić očito raspolažao – bili suočeni s pravim vatrometom populističkih poruka, koje su u zapanjujućoj mjeri sličile uvriježenom repertoaru europskih populista. Može se ustvrditi da je Bandić artikulirao svojevrsnu populističku instant ideologiju, koja je osobito došla do izražaja u drugom krugu izbora. Elementi te ideologije su sljedeći:

- *Protutranački resantiman*: "čovjek, a ne stranka". Bandićev status neovisnog kandidata od početka je kampanje naglašavan kao jedan od njegovih aduta: bio je to njegov odgovor na prividnu zasićenost građana strankama i politikom i njihovo nepovjerenje prema političarima. Problem je jedino u neuvjerljivosti te pozicije. Neovisni kandidati teško da mogu biti odgovorniji prema biračima ili ponuditi kvalitetniju vlast. Sam je Bandić demonstrirao krajnju neodgovornost prema biračima. Još je u svibnju 2009. od zagrebačkih birača tražio da mu poklone povjerenje i omoguće još jedan gradonačelnički mandat. U studenome je kandidaturom za predsjednika pokazao da ne maruje za ukazano povjerenje.
- *Mobilizacija protiv "crvene Hrvatske"*. Premda je svoju cjelokupnu političku karijeru Bandić najprije gradio u Savezu komunista, a zatim u SDP-u, pokrenuo je pravi križarski rat protiv komunizma i "crvenog jednouljca" koje, navodno, nameću socijaldemokrati i njihov predsjednički kandidat. Intenzitet i

sredstva mobilizacije protiv "crvene opasnosti" nadmašile su čak i ranije HDZ-ove retoričke kampanje. Uz Bandića su se politički svrstali eksponenti ekstremno desnih političkih stajališta u Hrvatskoj: brojne braniteljske udruge, pojedini predstavnici Katoličke crkve i desni intelektualci. Premda je nominalno umjesto "crvene" nudio "šarenu Hrvatsku", Bandić je zapravo svojom demagoškom kampanjom duboko polarizirao biračko tijelo i promovirao političku netoleranciju.

- *Pozivanje na osjećaje "moralne većine", manipulacija osjećajima katoličkih vjernika*. Bandić je svoju deklariranu religioznost i podršku katoličkih svećenika i vjernika pokušao iskoristiti protiv agnostika Ive Josipovića, prikazujući se kao glasnogovornik katoličke Hrvatske, koja poštuje neupitne tradicijske vrijednosti ("bogoljublje, domoljublje, čovjekoljublje"). Problem je toga ideološkog elementa što je opasno ugrozio karakter Hrvatske kao sekularne države, u kojoj državne institucije, pa ni dužnost predsjednika, ne mogu biti konfesionalno obilježene. Državne institucije moraju očito predstavljati sve građane – i vjernike, i agnostike, i ateiste, katolike, kao i pripadnike

Bandićeva je kampanja mobilizirala protiv stranaka, elita i navodnog establišmenta, te protiv svjetonazorskih manjina (nekatoličkih vjernika i ateista), a zagovarala tradicionalistički, katolički svjetonazor "moralne većine".

drugih konfesija. Bandićeva kampanja opasno je polarizirala biračko tijelo na vjernike i nevjernike, dobre katolike i ostale.

- *Protuintelektualizam i glorifikacija "malog čovjeka"*. Naglašeni je element Bandićeve ideologije bio militantni protuintelektualizam. U doba informatičke revolucije i "društva znanja" on je nastojao difamirati svog protivnika zato što je sveučilišni profesor i skladatelj koji, eto, ništa nije napravio u životu. Napisane knjige, skladane kompozicije, obrazovane generacije studenata – to nisu rezultati rada. Bandić je, umjesto toga, nastupao u ime "običnih ljudi" – zapravo predmnijevane moralne većine – koji se "rano bude, kasno liježu i žive isključivo od svog (fizičkog) rada".
- *Retorička skrb za socijalno ugrožene, koje se za vlast pokušava vezati klijentelističkim poklonima*. Prokušana metoda podilaženja "malom čovjeku" bilo je kupovanje glasova malim poklonima na teret javnog proračuna ili iz netransparentno prikupljenoga izbornog fonda. Birači su dobivali osobna pisma (pri čemu su u predizborne svrhe nedopušteno korišteni podaci gradskih službi o građanima) u kojima su podsjećani na to što je Bandić kao gradonačelnik činio za nezaposlene, umirovljenike, studente, roditelje i druge ranjive socijalne skupine. Riječ je o tipičnome klijentelističkom shvaćanju politike, koje misli da se glasovi mogu kupovati sitnim pogodnostima, odnosno da se socijalna politika ne treba zasnivati na zajamčenim socijalnim pravima, nego na razmjeni usluga između vlasti i njezinih klijenata.

Bandićeva je kampanja, kao nijedan politički pothvat u Hrvatskoj prije njega, demonstrirala puni spektar populističkih ideoloških instrumenata: mobilizirala je protiv stranaka, elita i navodnog establišmenta, te protiv svjetonazorskih manjina (nekatoličkih vjernika i ateista), a zagovarala tradicionalistički, katolički svjetonazor "moralne većine". Bandić je doživio politički poraz, što je nedvojbeno važno za očuvanje i napredak demokracije u Hrvatskoj. Međutim, njegov poraz sadržava u sebi i značajan politički kapital: 800 tisuća glasova koje je dobio u Hrvatskoj u drugom krugu izbora (plus 100 tisuća u Bosni i Hercegovini), odnosno gotovo 300 tisuća glasova u prvom krugu. To može biti osnova za nastavak njegova populističkog projekta. Oni koji su glasovali za Bandića u drugom krugu predsjedničkih izbora nisu, doduše, stabilno i konsolidirano biračko tijelo, nego većinom *ad hoc* birači koji su se našli na okupu stjecajem niza okolnosti. Ipak, vidjet će se hoće li se Bandić na njihovim krilima upustiti u nove političke avanture.

## Literatura

- Decker, Frank (ur.) (2006). *Populismus. Gefahr für die Demokratie oder nützliches Korrektiv?* Wiesbaden: VS Verlag.
- Jun, Uwe (2006). Populismus als Regierungsstil in westeuropäischen Parteiendemokratien: Deutschland, Frankreich und Großbritannien. U: Decker, 2006, 233-254.
- Mény, Yves, Surel, Yves (ur.) (2002). *Democracies and the Populist Challenge*. New York: Macmillan.
- Meyer, Thomas (2006). Populismus und Medien. U: Decker, 2006, 81-96.
- Mudde, Cas (2004) The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition*. (39) 4: 541-563.
- Rensmann, Lars (2006). Populismus und Ideologie. U: Decker, 2006, 59-80.
- Taggart, Paul (2000). *Populism*. Buckingham: Open University Press.