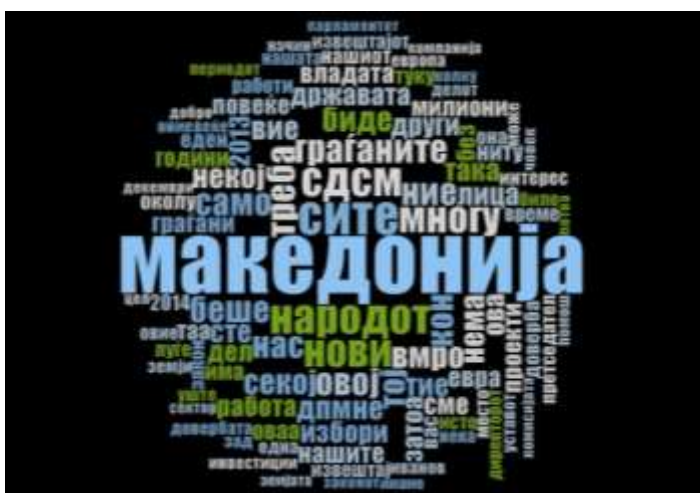


Мониторинг на односите со јавноста на  
извршната власт:

## ВЛАДАТА ИНФОРМИРА ИЛИ ПРОПАГИРА?

### ИЗВЕШТАЈ БР. 3

### АНАЛИЗА НА ГОВОРИТЕ НА ПРЕМИЕРОТ: КОЈ Е НАРОДОТ НА ГРУЕВСКИ?



СКОПЈЕ, јуни 2014

## СОДРЖИНА

I Вовед.....	3
II Како знаеме што е популизам? .....	4
1. Оска: Либерализам / Демократија .....	4
2. Оска: Скептицизам / Вера (прагматизам / спасение).....	4
3. Оска: Администрација / Демократија.....	6
III Методологија.....	6
IV Најчесто употребувани термини .....	8
V Кој е народот?.....	9
VI СДСМ и Бранко: Дијаболичен заговор.....	14
VII Зошто фетиш на нов/а/и? .....	16
VIII Заклучок .....	19

НВО Инфоцентарот спроведува мониторинг на односите со јавноста на Владата и на владините претставници, со цел да утврди дали извршната власт вистинито и навремено ја информира јавноста за спроведувањето на јавните политики, за своите активности, за постигнатите резултати, за постојните проблеми, како и да утврди какви пораки упатува Владата до македонските граѓани.

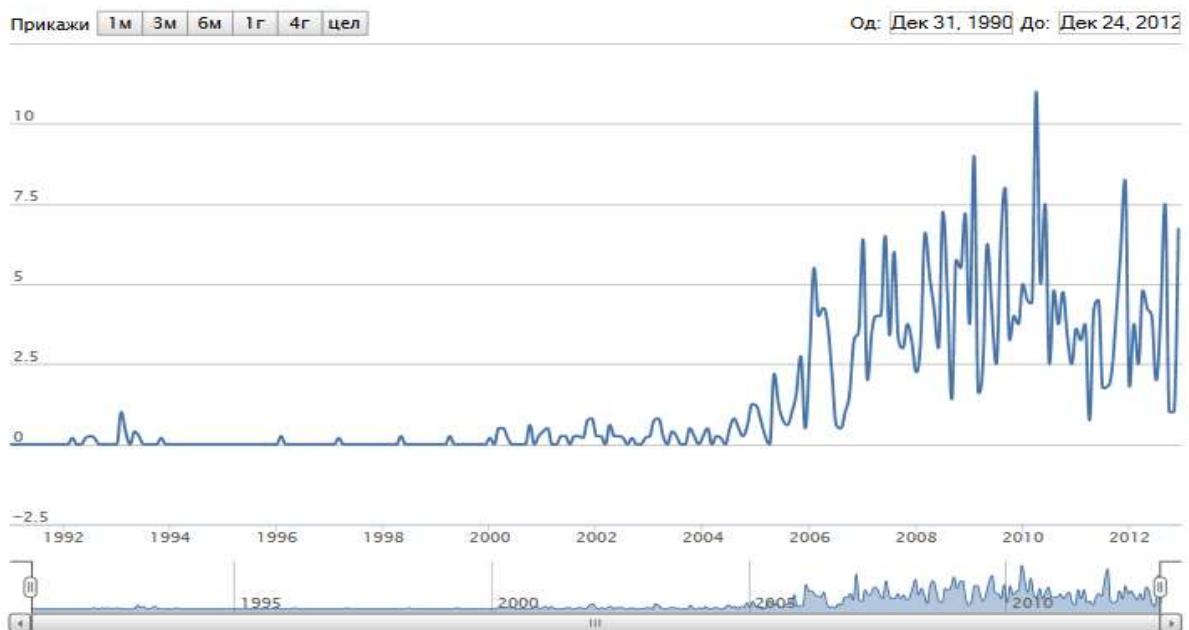
Овој трет извештај насловен како „Кој е народот на Груевски?“, претставува анализа на популизмот во говорите и јавните настапи на премиерот и првиот човек на владејачката ВМРО-ДПМНЕ, Никола Груевски.

Автор на анализата е м-р Љупчо Петковски.

## I Вовед

Поимот „популизам“ се одомаќини во македонската јавност во последните десетина години. Во секојдневната комуникација, терминот се користи исклучиво во негативна конотација и тоа, за означување на популарни мерки кои им се допаѓаат на гласачите, граѓаните или народот, но кои на долг рок не носат напредок. Оттука, честопати можеме да ги слушнеме синтагмите „чист популизам“, „гол популизам“, по кои вообичаено следи зборот „наместо“ или „наспроти“ – „популизам наместо реализам“, „гол популизам наспроти долгорочни решенија“, итн. Сепак, во научниот и академскиот дискурс, популизмот значи нешто друго, а практиките посочени како популистички во секојдневниот говор, алтернативно и посоодветно можат да бидат опишани како поткуп на гласачите, додворување кон граѓаните или преземање краткорочни мерки без реален ефект.

Како и да е, употребата на поимот „популизам“, во Македонија, доживува експлозија во последната деценија (График 1). Овие податоци се од архивата на агрегаторот time.mk<sup>1</sup> и го опфаќаат периодот, од 1990 година, до 2012 година. Уште на прв поглед е видливо дека употребата на терминот во медиумите, благо се зголемува во новиот милениум, а трендот се зајакнува после 2006 година односно после доаѓањето на власт на ВМРО-ДПМНЕ, на чело со Никола Груевски.



<sup>1</sup> Иако time.mk не постои како агрегатор од 1990 година, но сепак има база на медиумски прилози кои датираат од овој период.

И покрај поголемата прецизност на терминот во академските дебати отколку во секојдневниот говор, и во политичката наука, не постои силен консензус околу дефинициите и карактеристиките на популизмот, ниту околу тоа дали станува збор за идеологија, стил, политичка логика или движење. Се чини дека некаква согласност постои само околу следните две карактеристики на популистичките движења односно идеологии: 1) Нив ги дефинира глорификацијата/величањето на масите, кои не се неопходно наречени „народ“, но во секој случај се составени од аутсајдерите, губитниците или одметниците; 2) За популизмот е важна критиката на наводно отуѓените елити, не само политичките во потесна смисла, туку и на интелектуалната елита односно моралното водство.

## **II Како знаеме што е популизам?**

Во литературата, со определена и неопходна доза на поедноставување, можат да се идентификуваат три доминантни теориски и методолошки пристапи за идентификување, опишување и изучување на популизмот. Трите користат поинакви теориски оски преку кои го опишуваат популизмот во поширок контекст на најважните теми на демократијата денес.

### **1. Оска: Либерализам / Демократија**

Според првата теорија, доколку популизмот го поставиме на оската либерализам/демократија, тогаш тој е идентичен со најосновното разбирање на демократијата – владеењето на народот односно на мнозинството во буквална смисла. Оттука, популистите се оние политичари кои се однесуваат „како во демократијата навистина да станува збор за владеење на народот“. Сепак, западните демократии кои ги имаме како модел, се либерални демократии кои настанале низ столетни артикулирања на демократските (мнозинските) и либералните (немнозинските односно поврзаните со владеењето на правото, заштита на сопственоста, слободата на говорот и печатот и индивидуалните граѓански права) принципи. Затоа, денес, кога сакаме да ја оцениме демократијата не сме сосредоточени само на тоа дали постојат фер и слободни избори на кои мнозинството (народот!) ја изразило својата волја, туку повеќе на тоа како меѓу два изборни циклуса, независните институции (базирани на либерални, немнозински принципи) ги бранат правата на поединците и на малцинствата. Во оваа смисла, популизмот е во неизбежна тензија со либералните принципи односно непријателски е настроен кон либералните принципи кои ја ограничуваат волјата на мнозинството, претпочитајќи директно спроведување на политиката, без постапки, посредни механизми и институции. Оттаму, многумина, популистичките режими, особено во новите демократии како Македонија, ги нарекуваат и нелиберални демократии.

### **2. Оска: Скептицизам / Вера (прагматизам / спасение)**

Иако оската либерализам/демократија е добра за опишување на популизмот особено во Централна и Источна Европа, во минатото, постоеле мноштво примери на популистички движења кои биле носители на либерални вредности. Затоа некои теоретичари предлагаат поинаков пристап. Според второто читање на популизмот, целата политичка историја на човештвото може да се чита како битка на двата принципа (стилови на водење политика) од оската - политика на скептицизмот (politics of scepticism) / политика на верата (politics of faith). Стилот на верата е карактеристичен за движењата кои тежнеат кон подобрување на човештвото во светот и претпоставува дека власта е начин да се постигне ова подобрување, било утописки, било постепено. Овој стил ја поздравува моќта, и целта на власта не ја гледа само во слепото и морално неутралното ублажување на конфликтите и одржување на правната рамка за мирољубива интеракција, како што тоа го прават зрелите

либерални демократии денес. Наспроти овој стил, за стилот на скептицизмот е карактеристичен темелниот сомнеж кон човековата можност да постигне совршенство.

Оттука, улогата на државата (власта) мора да се редуцира на неопходен минимум: одржување на редот, утврдување на права и обврски, спречување конфликт што би им овозможило на поединците да ги остварат своите интереси. Затоа, овој стил е темелно хобсовски и смета дека улогата на државата не е да наметнува морал, туку – со одреден степен на претерување - да ги администрира конфликтите и различностите.

Теоретичарката на популизмот, Маргарет Кеновен (Margaret Canovan) го прифаќа ова гледање додавајќи нова паралелна оска која ги илустрира двете лица на демократијата – прагматизам / спасение. Според ова гледање, тензијата меѓу двете лица на демократијата неизбежно води во демократски парадокс. Доколку политиката на верба (спасение) во демократијата подразбира внесувањето на масите во политиката (владеење на народот), тогаш учеството на масите не може да биде директно, затоа што се потребни институции и процедури кои се комплицирани и надвор од разбирањето на масите. Во овој процеп меѓу двете лица, кој раѓа разочарувања, според Канован, виреат низа движења и политички стилови од кои популизмот е само една од можностите. Популизмот е на тој начин често „лубликант“ во забрваната машинерија на демократијата која станала премногу прагматична додавајќи страсти, емоции и желба за промена. Сепак, дефинирајќи го на овој начин, популизмот изгледа како безопасен феномен што праксата многупати го негирала.

Затоа, авторот Бенџамин Ардити (Benjamin Arditi) смета дека зборот „сениште“ е најдобар опис за структурниот однос на популизмот со демократијата. Овој збор е повеќезначен и ја доловува нерешителноста на популизмот бидејќи подеднакво асоцира на придружба (како сенка на демократијата), посета (како кошмар) и прогон на демократијата. Во најбезболната форма, популизмот е начин на претставување и придружник на современата демократија кој евозможен во време на владеење на телевизиите. Во поопасна форма, популизмот донекаде наликува на кошмар, појава на сеништето во сон, и претставува симптом на политиката, но истовремено е потсетник дека демократскиот систем е жива материја. Во третата верзија, пак, популизмот како сениште асоцира на прогон и ја загрозува целата рамка која ја прави демократијата возможна, претворајќи се во спротивност на демократијата, бидејќи целосно ги запоставува институциите, владеењето на правото и потсетува на тоталитаризам.

Во современиот свет, ретко кој од „измите“ вклучувајќи го и конзервативизмот е лишен од ветувањата за прогрес. Сепак, ветувањата за напредок (спасение!) достапен за сите, најчесто е проследен со постоење на (прагматична) авангарда чија улога е да им го овозможи прогресот на масите. Кога масите ќе се разочараат од авангардата, од интелектуалната и политичката елита, тогаш се јавува побарувачката за популистички стил на политиката. Денес, дури и популистите не го ставаат под прашање економскиот прогрес, туку моралниот и општествениот кој го пропагира доминантно либералната идеологија. Конфликтот е дислоциран на морално ниво - ги презираат елитите кои сакаат да ги менуваат и еманципираат масите, и затоа народот, таков каков што е, го поставуваат на пиедестал.

### 3. Оска: Администрација / Демократија

Третата теоретска оска со чија помош можеме да му пристапиме на популизмот е оската: институционализам (доброто владеење) – популизам (демократија). Оваа оска ја користат проучувачите на популизмот кои се инспирирани од теоријата на дискурсот и таа соодветствува на оската: парадигма / синтагма, на која, според класичната лингвистика, функционира јазикот како систем.

Освен како полови на јазикот, синтагмата и парадигмата функционираат и како принципи на репрезентација на (политичката) реалноста.

Во синтагматскиот принцип на претставување на реалноста, преовладува системот на комбинација на знаците. Слично е и во политиката - политичките системи кои се водени од идеалите на вклучувањето, недискриминацијата, доброто владеење и деидеологизацијата на политичкиот простор, функционираат како синтагматичен дискурс. Овие системи во најчиста форма претпоставуваат постоење на навидум неутрален центар кој го признава плурализмот на општеството, плурализмот на интересите и секое барање кое доаѓа од хетерогениот социјален терен го третира според логиката на разлика. Слоганот на Европската унија, „обединети во различноста“, кој имплицира дека ниту еден од елементите во системот нема предност пред останатите (во овој случај националните култури и нивните симболи) е пример за синтагматско претставување на реалноста.

Од друга страна, парадигматскиот принцип е принципот кој ја отелотворува демократијата сфатена во најтесна смисла на зборот. За разлика од синтагмата каде што главниот принцип е принципот на комбинација, во парадигмата владеат односи на замена, кои имаат функција каква што има метафората во реториката.

Чистиот парадигматски или популистички дискурс го редуцира плурализмот на позиции кои се комбинираат во политичкиот дискурс, на само две: народот (ние) и елитата (тие). Целосната, инаку комплексна општествена реалност е отсликана преку оваа едноставна антагонистичка дихотомија која во теоријата на дискурсот се нарекува - логика на еквиваленција. Сепак, популистичкиот дискурс го осиромашува симболот и ги поставува прашањата: На кого мисли популистот кога се повикува на народот?; Доколку народот е целина составена од сите можни поединци и групи во општеството, тогаш кого исклучува популистот?; Дали означувачот – народ - има свое означено место во реалност?; Дали фактот што симболите во популистичкиот дискурс се осиромашени всушност не е предуслов за успехот на популизмот и на неговата неминовна перформативност? Се чини дека на сите овие прашања одговара хрватскиот филозоф, Жарко Пуховски. Тој во интервју за Утрински весник забележува дека популизмот се бави со поинакво *именување* на проблемите живеејќи од зборовите кои се еманципирани од своите содржини.

### III Методологија

Целта на оваа анализа, и покрај широко поставената концептуална рамка, е скромна. Преку анализа на содржината, и потоа дискурсивна анализа на шест (6) говори на Никола Груевски ќе се обидеме да дадеме одговор на неколку прашања. За анализата на содржината го користевме софтверот за текстуална анализа Nvivo. За да воведеме ред во обемниот материјал, како и поради фактот што емпириските истражувања на популизмот се реткост, ќе посветиме внимание на 5 елементи кои Kirk A. Hawkins, еден од ретките автори кои се бавеле емпириска анализа и мерење на популизмот, ги идентификувал како дефинирачки карактеристики на популистичките говори: манихејска космологија, реферирање на волјата на народот, споменување на дијаболнична непријателска елита, промени на системот и став дека „се проаѓа“.

Прашањата на кои ќе бараме одговор се:

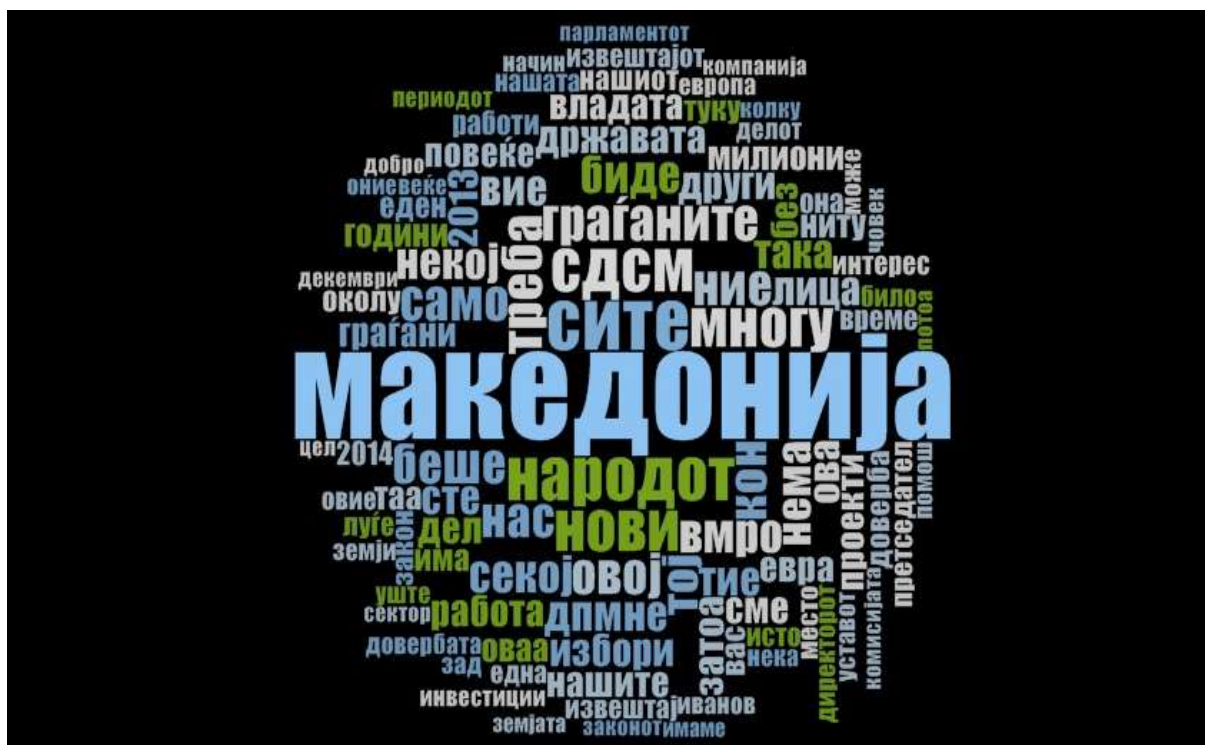
1. Која е смислата на говорите во поширокиот контекст во кој се дадени?
2. Кои се вредносните пораки што се испраќаат?; Какво општество претставуваат (создаваат!) овие говори?; Колку демократичност, нелиберален светоглед и каква политика на верба рефлектираат?
3. Зошто дозата на популизам во говорите е различна, во различни прилики? Во кои типови на говори е поголема, а во кој тип на говори е помала?
4. Дали говорот е манипулативен, пропагандистички, дали ја искривува реалноста или создава реалност односно дали е перформативен?
5. И на крај, кој е „народот“ на Груевски?

Листата на говорите на Премиерот, чија транскрибирана форма беше користена во анализата е дадена во Табела 1. Првиот говор е нетипичен тип на говор. Имено станува збор за обраќање на Груевски, во својство на премиер, пред раководители на јавната и државната администрација и членови на управни и надзорни одбори назначени од Владата. Вториот и третиот говор се всушност партиски прес-конференции на кои Груевски во својство на партиски лидер ги изложува партиските ставови во однос на работата на Анкетната комисија за настаните од 24 декември 2012 (натаму Анкетната комисија) чија задача беше да ги расветли недоумиците поврзани со случувањата во Собранието, во декември 2012 година. Четвртиот говор е новогодишното обраќање на Груевски до нацијата во својство на Премиер, во декември 2013, и е од поцеремонијален и свечен карактер. Петтиот говор е презентација на партискиот Отчет за сработеното во мандатот на Владата од 2011-2014 година, додека шестиот говор е говор од воведниот предизборен митинг за претседателските избори во 2014 година.

Табела 1: Список на говори

ГОВОР	ЛИНК
1 Обраќање на премиерот Никола Груевски на промоцијата на концептот - Менаџмент етика, 2013	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=gHtPQMIRcz0">https://www.youtube.com/watch?v=gHtPQMIRcz0</a>
2 Прес конференција: Ајде на избори, па нека реши народот!, 2013	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=N-1ZM0042IY">https://www.youtube.com/watch?v=N-1ZM0042IY</a>
3 Во интерес на државата, СДСМ нека потпише каков сака извештај, 2013	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=yXr3mAbDaFA">https://www.youtube.com/watch?v=yXr3mAbDaFA</a>
4 Новогодишно обраќање 2013	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=kCelTwzbQ5I">https://www.youtube.com/watch?v=kCelTwzbQ5I</a>
5 Презентацијата на Отчетот 2011-2014	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=wMsGJgOCShw">https://www.youtube.com/watch?v=wMsGJgOCShw</a>
6 Говор на на митингот за почеток на кампањата во Охрид, 2014	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=t4e4979QdBw">https://www.youtube.com/watch?v=t4e4979QdBw</a>

#### IV Најчесто употребувани термини



Табела 2: Често употребувани зборови

Реден број	Збор	Фреквенција	Процент
1	Македонија	102	0,62
2	народот	48	0,29
3	СДСМ	48	0,29
4	нови	45	0,27
5	граѓаните	38	0,23
6	ВМРО	34	0,21
7	ДПМНЕ	31	0,19
8	лица	29	0,17
9	државата	28	0,17
10	други	28	0,17
11	дел	27	0,16
12	работа	27	0,16
13	владата	26	0,16
14	нашите	26	0,16
15	граѓани	25	0,15
16	проекти	25	0,15
17	повеќе	25	0,15
18	проекти	25	0,15
19	доверба	20	0,12
20	нашиот	20	0,12
21	време	19	0,11
22	работи	19	0,11
23	закон	18	0,11



Во Табелата 2, како и во „word cloud - от“, прикажани се најупотребуваните зборови во шесте говори на премиерот, при што треба да се има на ум дека од броењето беа исфрлени сите сврзници, лични заменки и други зборови кои ги одредивме како неважни за оваа анализа. Како што беше и за очекување од политичар кој важи за поборник на патриотската кауза, најчесто употребуван збор е името на државата – „Македонија“. Веднаш потоа следи терминот „народот“, чиј процент на застапеност е уште поголем доколку ја пресметаме и употребата на нечленуваната форма – „народ“ (види Табела 3). Натаму, имајќи предвид дека Груевски во своите говори термините „граѓани(те)“ и „луѓе(то)“, честопати ги користи како синоними за „народ“, реферирањето на овој означувач е уште поизразено.

На трето место според зачестеноста на употребата е „СДСМ“, што повторно е за очекување за говори кои се сметаат за популистички, и во кои манихејската космологија и оцрнувањето на противничката елита се главни карактеристики. Освен СДСМ, Груевски ги споменува и лидерите на опозицијата (Заев и особено Црвенковски) илустрирајќи ги во исклучително негативен контекст. Следува придавката „нови“, а доколку ги изброиме (членуваните) форми според род и еднина / множина како „новиот“, „нова“, „новата“, „ново“, „новото“, „нови и новите, тогаш овој збор е трет по употреба, веднаш зад „народ(от)“. Од останатите термини интересни за нашата анализа, високо котираат и „државата“, „работа“, „проекти“ и „доверба“.

## V Кој е народот?

Реден број	ГОВОР	Граѓани(те)	Народ(от)	Луѓе(то)	ВКУПНО
1	Обраќање на премиерот на промоцијата на концептот - Менаџмент етика	0,50%	0,06%	0,20%	0,76%
2	Прес-конференција: Ајде на избори, па нека реши народот!	0,39%	0,45%	0,04%	0,88%
3	Во интерес на државата, СДСМ нека потпише каков сака извештај	0,69%	0,78%	0,07%	1,53%
4	Новогодишно обраќање на премиерот	0,21%	0,03%	0,20%	0,44%
5	Презентација на Отчетот 2011-214	0,53%	0,22%	0,02%	0,77%
6	Говор на на митингот за почеток на кампањата во Охрид	0,51%	1,14%	0,26%	1,92%

Табела 3: Фреквенција на употреба на термините

Во Табелата 3 е прикажана единечната зачестеност на употребата на термините „народ(от)“, „луѓе(то)“ и „граѓани(те)“ во анализираните говори.

Во првиот говор (обраќање пред раководни лица од администрацијата), Груевски најмалку го употребил терминот „народ(от)“ што е разбирливо доколку се има на ум дека тонот на овој говор е просветителски и турски во комуникацијата кон слушателите (раководителите поставени од Владата), од кои тој очекува да испорачаат подобри услуги и подобар однос кон клиентите односно „граѓаните“ и „луѓето“. Сепак, своите барања од администрацијата, Груевски ги легитимира со фактот што Владата која ги поставила на раководни места „е избрана од народот“. Ова не е обична забелешка, туку еден од парадоксите на популизмот: популистичките

лидери можат да користат и технократски речник, да се претставуваат како технократи, се додека тоа го прават за „доброто на народот“.

Мала употреба на овој термин се забележува и во четвртиот говор (новогодишното обраќање) кое е од свечен карактер и за кое целната публика е широка и ги опфаќа сите граѓани, не само „народот“ на кого Груевски поинтензивно реферира во другите говори. На сметка на тоа, Груевски, во овој говор позачестено им се обраќа на „граѓаните“. Како и во претходниот говор, така и во овој говор, Груевски настапува во својство на премиер. Тоа е случај и со петтиот говор (презентацијата на Отчетот за 2011 – 2014 година), во кој почесто реферира на „граѓани(те)“ отколку на народот. Овие говори рефлектираат (само навидум) комбинирачки, поплуралистички односно синтагматски дискурс кој ги комбинира елементите кои го создаваат општеството.

Во останатите три говори (2, 3 и 6 ) Груевски настапува во својство на политичар, претседател на владејачка партија и харизматичен лидер. Употребата на „народот“ во овие говори е значително поголема и поради целиот тон во нив, тие се класичен пример за популистички говори. Два од овие говори се всушност партиски прес-конференции на кои Груевски ги изнесува партиските ставови за работата на Анкетната комисија, додека третиот говор е говор од предизборен митинг.

На прес-конференциите, Груевски се јавува како толкувач на трагичен/конфликтен настан – можноста Анкетната комисија да донесе одлука која оди во спротивност со толкувањето на неговата партија за тоа што се случило во Собранието, на 24 декември 2012 година. Според главната линија на неговото толкување, немилите настани во кои целата пратеничка група на опозицијата и претставниците на медиумите беа насилно исфрлени од собраниската сала, е последица на смислено сценарио за дестабилизација на државата и доаѓање на опозицијата на власт преку државен удар. Во договорениот извештај на Анкетната комисија, пак, се утврди дека со исфрлањето на пратениците и на новинарите бил прекршен Уставот од страна на мнозинството.

Соочен со неможноста овој настан да биде апсорбиран во очекуваниот дискурс, Груевски во овие говори ги реинтерпретира значењата давајќи им своевидно автентично толкување, повикувајќи се на „народот“ како на финална инстанца за секаков морален, правен или политички суд. На вакаов начин, Груевски ја „пресретнува“ можноста да се промени значењето на настаните, т.е. да се доведат под прашање односите на моќ и целата општествена стварност во која постои силен култ за неговата непогрешливост, непобедливост и бескомпромисност

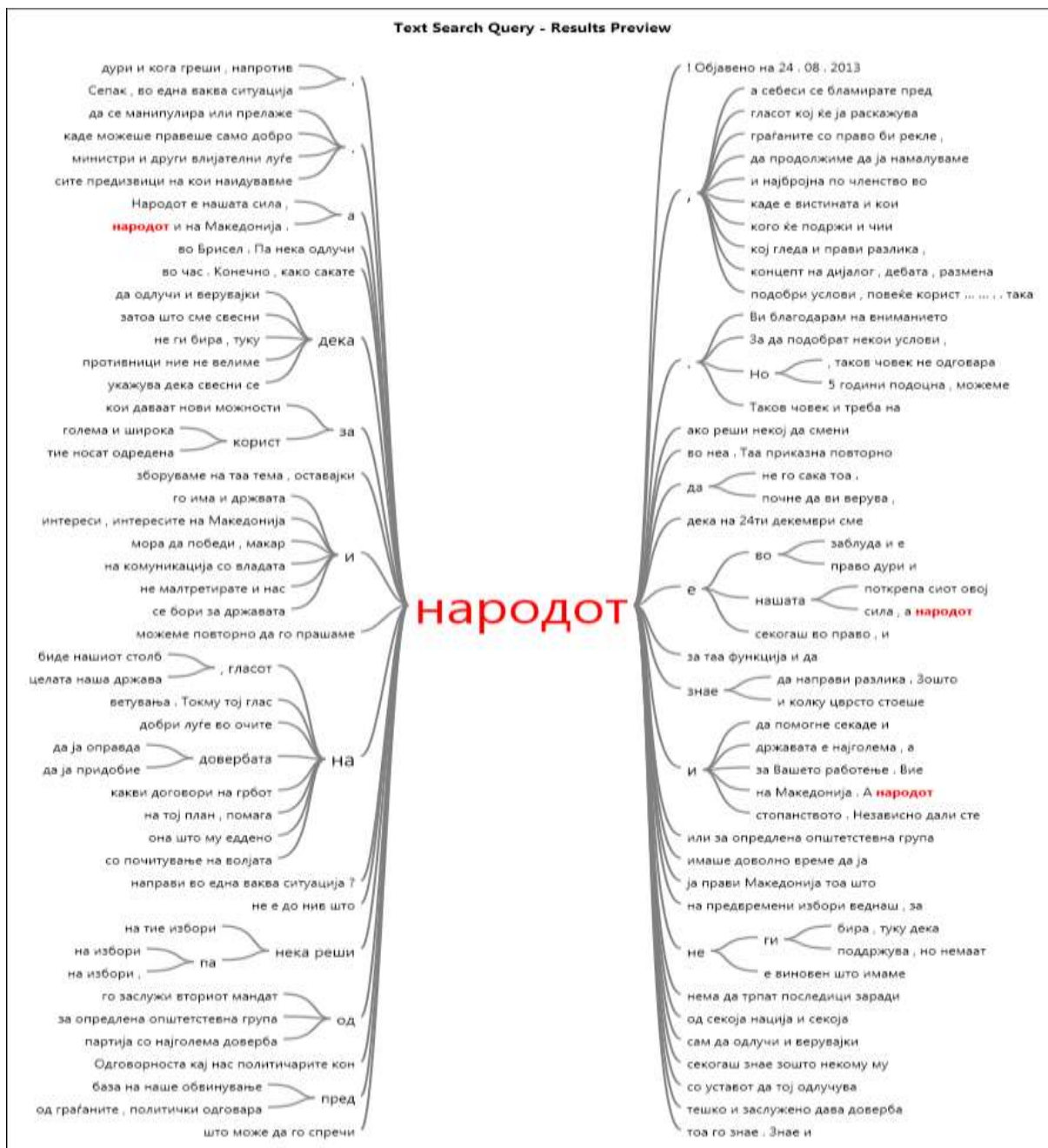
Објаснувајќи како течеле преговорите во Анкетната комисија и неговите средби со челниците на опозицијата, кои се одвивале по локалните избори на кои неговата партија оствари голема победа, Груевски забележува:

*„На средбата на која и јас присуствував во вторникот оваа недела, ги потсетив (н.з. челниците на опозицијата) дека три месеци после 24-ти декември, во Македонија имаше локални избори. Дека и пред и за време на кампањата, нивниот вечен лидер (н.з. Бранко Црвенковски) одеше во јавноста само со една теза и ништо друго, а тоа е дека ВМРО-ДПМНЕ на 24-ти декември го прекрши Уставот, ги погази законите итн. Ги потсетив и дека ние во првите 5-6 дена од кампањата го негиравме тоа, и потоа престанавме да зборуваме на таа тема, оставајќи народот сам да одлучи и верувајќи дека народот имаше доволно време да ја разбере ситуацијата. На крајот резултатот во бројот на градоначалници беше 58:4, а во бројот на гласови беше 140 илјади разлика за нас, поголема и од онаа од 2009-та за која мислевме дека е недостижна повторно.“*

Од цитатот може да се заклучи дека Груевски резултатот на изборите го поврзува со тоа каква би била разврската на спорот околу настаните од 24 декември 2012 година. Со други зборови, мнозинството односно како што тој го нарекува „народот“ е арбитер во спор кој е од правен карактер. Опозицијата, пак, спорот го вратуваше користејќи легалистички наратив – тврдеше дека станува збор за прекршување на законите, Уставот и вредностите на поредокот. Следниот цитат од истиот говор, во кој се предлага „креативна“ разврска на спорот околу заклучоците на Анкетната комисија е уште поилустративен пример за популистичкиот говор:

*„Предлагаме утре да потпишеме две верзии на правните квалификации во извештајот. Едната која ќе биде согласно ставот на ВМРО-ДПМНЕ и во која ќе пишува дека е валидна само ако на изборите на 13-ти октомври, ВМРО-ДПМНЕ добие повеќе гласови од СДСМ, и втората која ќе ги содржи правните квалификации кои ги преферира СДСМ и во која ќе пишува дека таа е валидна и стапува на сила доколку на денот на предвремените избори на 13 октомври СДСМ добие повеќе гласови од ВМРО-ДПМНЕ.....Во понеделник е последниот ден во кој може да се распушти парламентот, а изборите да се одржат пред објавувањето на извештајот за Македонија во Брисел. Па **нека одлучи народот каде е вистината** и кои луѓе сака да ја водат земјата во наредните години.“*

Груевски оди и чекор натаму во решението на проблемот – предлага на избори мнозинството да одреди кои правни квалификации се валидни. Она што популистичките лидери не го кажуваат е дека политиката честопати е работа на компромиси и дека независните институции се клучната алка. Исто така, во овој говор не станува збор за тоа дека во политиката многу од одлуките нема потреба да бидат во согласност со вкусовите, преференциите и желбите на мнозинството. Со други зборови, доколку мнозинството (или тој што го претставува) погрешило, тогаш е сосема демократски правниот поредок да биде на страната на малцинството, макар и најомразеното малцинство. Демократијата е работа на процедурите, законите и одлуките кои (нежно) не му се допаѓаат на мнозинството, но истите ја прават демократијата возможна, затоа што избраните од мнозинството се контролирани од страна на малцинството. Реинтерпретирајќи ја демократијата како исклучиво работа на тоа какви се мнозинските преференции, популистичките лидери го дислоцираат целосниот поредок надвор од институциите, што е сосема демократско средство за рушење на либералната демократија, како што се покажало многупати во политичката историја на човештвото. Во овој случај, популизмот е некаде помеѓу кошмар и прогонувач на демократијата, особено кога е таа кривка и не е докрај консолидирана како што е случај со македонската.



Слика 3: „Народот“

Сликата 3 ни кажува повеќе за контекстот во кој Груевски реферира на „народот“, карактеристиките кои му ги припишува, начинот на кој го претставува неговиот однос и релацијата на неговата партија со народот, како и реторичките техники кои ги користи за да го опише односот на „отуѓената елита“ односно опозицијата со „народот“. Народот е персонифициран, сфатен како органска целина - тој „знае“, „дава доверба“, „верува“, „не греша“, има „глас“ и „волја“ и „тешко и заслужено дава доверба“. „Народот е нашата сила“, а Владата и тимот се тие кои нудат „можности“ и „корист“ за него, „ја почитуваат неговата волја“ и го „слушаат гласот на народот“. Противниците односно „дезориентираната“ и „крајно деструктивна“ елита, го „прелажува“, „манипулира“, „изневерува“ народот, „прави договори врз грбот на народот“, „опонира на делата“ кои на народот му даваат можности, и сето тоа го прави „водена од лични интереси“.

И покрај едноставниот јазик и симболи во ваквите говори, помалку е јасно на кого, кои групи и општествени слоеви се реферира кога се употребува категоријата народ.

Дали е тоа целиот народ сфатен како сите граѓани заедно нивните разлики? Или „народот“ е растеглива категорија која се однесува на некакво митско тело, кое иако не ја претставува плуралноста на општеството во целина, сака да се претстави како целина? Дали Груевски реферира на „народот“ кога, на пример, потсетува дека неговата партија е најголема и има 158 илјади членови ?

Функцијата на нејасните означувачи и симболи во политичката комуникација е јасна – создаваат ред во нередот, мобилизираат и даваат чувство на идентитет. Токму во нивната нејасност и лежи тајната на нивната перформативност, нивната посакуваност и можност да создаваат политички идентитети. Во општествата соочени со шок, анемија и недоверба, потребата за ред е првостепена и поважна од идеолошката содржина која би го вовела редот. Колку се послаби институциите кои треба да даваат постојаност, предвидливост и стабилност, толку попримитивни и посиромашни се симболите на политичката и популистичката реторика. Колку помалку симболите на демократијата се фиксирани, стабилни и институционализирани, толку повеќе некој може да го менува нивното значење, односно толку повеќе стануваат еманципирани од содржината. Популистичкиот говор преку реторика преполна со лесно разбирливи метафори, стабилизира, дава ред во комплексниот свет кој го фрустрира разочараното мнозинството. Плуралното општество, пак, е претставено како поделено на два дела: ние („народот“) и тие, отуѓената и забегана политичка и интелектуална елита заедно со нејзините доминантни вредности. При тоа, мобилизацијата не е базирана на рационални аргументи, туку на теми кои се морализаторски (и блиски до „народот“), длабоко емотивни и преполни со фантазми. Суспензијата на логиката и рациото во креирањето на политичкиот идентитет на „народот“ не е слабост на народниот идентитет, туку предност на популистичката реторика, затоа што осиромашената наративна конструкција е преплетена со афективни инвестиции кои делуваат како „лепило“. Затоа, дури и кога поединците кои го сочинуваат народот се соочени со непобитни факти за „голотујата“ и нечесноста на „првиот меѓу еднаквите“, на лидерот на народното движење, тој трагичен / конфликтен настан го сметаат за закана за идентитетот, а не за причина за напуштање на политичката позиција која ја зазеле.

Во популистичките режими, „демократијата“ го нема значењето како во зрелите либерално демократски системи. Во нив е сосема разбирливо „народот“ да одлучува за правни квалификации, за тоа кој во одреден спор има право, а кој греша. Нема преголема жртва пред олтарот на „народот“, па макар таа да се викала владеење на правото или заштита на човековите права.

## VI СДСМ и Бранко: Дијаболичен заговор

Реден број	ГОВОР	%
1	Обраќање на премиерот, на промоцијата на концептот - Менаџмент етика	/
2	Прес-конференција: Ајде на избори, па нека реши народот!	0,95%
3	Во интерес на државата, СДСМ нека потпише каков сака извештај	0,80%
4	Новогодишно обраќање на Премиерот 2013	/
5	Презентацијата на Отчетот 2011-214	0,01%
6	Говор на на митингот за почеток на кампањата во Охрид	0,08%

Табела 4: Фреквенција на употреба на терминот „СДСМ“

Во табелата 4 може да се види дека Груевски, на СДСМ воопшто не реферира во говорите 1 и 4, во кои воедно најмалку реферира и на „народ(от)“. Во говорот 5, на СДСМ реферира само еднаш и тоа кога прави споредба на периодот на владеењето на ВМРО-ДПМНЕ со оној кога СДСМ бил на власт. Мала, но сепак значајна фреквенција на користење на овој термин има во говорот 6, во кој го користи СДСМ за да илустрира дека оваа партија бил против усвојување на законите кои овозможиле во Македонија да дојдат директни странски инвестиции. Парадоксално, во реториката на Груевски, СДСМ и „народот“ одат рака под рака, односно, доколку карикатуризираме, без СДСМ нема „народ“ и обратно.

Груевски, СДСМ најчесто ги нарекува „противници“, но доколку одблизу се погледне начинот на кој ја опишува опозицијата, тогаш можеме да заклучиме дека тој најчесто ги претставува како политички непријатели. Доколку СДСМ би биле противници тогаш не би биле претставени како исклучени од општеството, туку само како елемент кој е различен од останатите во општеството, но кој треба да се земе предвид. Наспроти тоа, СДСМ конотира нешто спротивно од „народот“.

Оваа забелешка не е изненадувачка, доколку се има на ум дека е карактеристична за популистичките мобилизации. Ако народот е „лизгава“ категорија составена од елементи кои на прв поглед немаат многу заедничко, тогаш непријателот е најважниот заеднички содржател кој претставува сврзно ткиво на популистичкиот дискурс. Со други зборови, нема политички идентитет односно „народ“ без „непријател на народот“, без елемент кој е исклучен поради тоа што неговото присуство е претставено како закана за постоењето на „народот“, и како причина поради која „народот“ не станал „народ“.

Поради претставувањето на „народот“ како навидум хомогена и крајна инстанца во политиката и општеството, во популизмот секаков плурализам е претставен како закана и затоа мора да биде реинтерпретиран за да влезе во популистичката рамка. Затоа, популистичкиот дискурс е честопати силно обоен со теории на заговор и конспиративно размислување. Интересни се синтагмите со кои Груевски во анализираниите говори ги опишува новинарите кои беа исфрлени од Собранието на 24 декември 2012 година (односно според официјалното толкување „замолени да го напуштат Собранието поради сопствената безбедност“) како и медиумите кои се критички настроени кон неговата работа. Според Груевски, новинарите всушност биле „*партиски членови на СДСМ кои се претставуваат како новинари*“. Критичките портали всушност се „*портали ги контролира СДСМ*“, а медиумите кои не ја следат доминантната линија се „*медиуми под нивна контрола*“ (н.з. на СДСМ). Логиката на претставувањето е јасна – доколку не ја следат „нашата“ линија (линијата на „народот“), тогаш тие не се со „народот“ и сигурно се со омразената непријателска елита. Во чистиот популистички дискурс, целото мноштво субјектни позиции во

општеството е сведено само на две. Притоа, говорот не е дескриптивен, туку многу повеќе прескриптивен – укажува на позициите кои во доминантната идеологија се сметаат за легитимни.

СДСМ, особено во вториот и третиот анализиран говор е претставен како дијаболичен непријател во најчиста смисла на зборот. Груевски во двата говори цело време имплицира дека зад настаните од 24 декември постоел некаков скриен план односно „пет месеци однапред смислено сценарио за насилно преземање на власта“, според кое претставниците на СДСМ „оделе на насилно на власта“ како и дека „со насилство во парламентот го блокирале носењето на Буџет“.

Интересно е дека Груевски често употребува жаргон кога го опишува СДСМ очигледно сакајќи поличката борба да ја приближи до обичните граѓани. Така, за СДСМ се карактеристични „лов во матно“, „изгубеност во времето и просторот“, а на раководството на оваа партија му забележува дека „бегаат од избори како ѓавол од темјан“. И покрај кадровските промени во опозициската партија, видливи се обидите да се портретира континуитет во политиката на СДСМ, па оттука новото раководство е отсликано како „бранкова гарнитура“.

Особено изразен жаргонски говор, Груевски користи кога го спомнува Бранко Црвенковски. Критикувајќи го Стево Пендаровски, кандидатот на СДСМ за претседател на државата на претседателските избори во 2014 година, Груевски тврди дека Бранко Црвенковски му бил „ментор, шеф, гуру и идол“. А „шефот“ односно Бранко Црвенковски, во говорите на Груевски е портретиран како „манипулант“, „сплеткарш“, „интригант“, кој не бил претседател на Македонија, туку „ја узурпирал таа функција“.

## VII Зошто фетиш на нов/а/и?

ГОВОР	Споменувања	Процент во говорот
Обраќање на премиерот, на промоцијата на концептот - Менаџмент етика	4	0,07%
Прес-конференција: Ајде на избори, па нека реши народот!	5	0,23%
Во интерес на државата, СДСМ нека потпише каков сака извештај	1	0,03%
Новогодишно обраќање на премиерот, 2013	29	0,82%
Презентацијата на Отчетот 2011-214	38	0,51%
Говор на митингот за почеток на кампањата во Охрид	10	0,27%

Табела 5: Фреквенција на употребата на придавката „нов“ во сите форми

На прв поглед најизненадувачки резултат од анализата на содржината на шесте говори е високата фреквенција на употребата на придавките „нов(иот)“, „нова(та)“, „ново(то)“ и „нови(те)“, која е сумирана во Табелата 5. Под претпоставка дека употребата на овие зборови во говорите на Груевски не е коинциденција, туку последица на систематично испланирана политичка комуникација, во овој дел од анализата ќе аргументираме дека тие честопати се користат како метафора за можеби најбитната карактеристика на популизмот – склоноста кон системски промени односно промена на постојниот политички и општествен ред.

Популизмот по правило се појавува во услови на општествена анемија, зголемена или неизградена недоверба кон институциите, општествен стрес и фрустрации. Во ваква состојба, општествениот ред – доколку го разбереме како дискурс – потфрла да ги комбинира и инкорпорира барањата кои доаѓаат од општеството. Значењата на зборовите кои се важни во уредувањето на општествените односи не се повеќе фиксирани. Во општеството се појавуваат барања кои симболизираат промена и кои можат да се наречат со какво било име и затоа ги нарекуваме лебдечки означувачи (floating signifiers): „демократија“, „нови политичари“, „почитување на законите“, „социјална правда“, „подобра инфраструктура“, „влез во ЕУ и НАТО“.

Сепак, и значењата на овие барања не се фиксирани и нивно присвојување од страна на политичките актери и фиксирањето на нивното значење е предмет на хегемонска политичка борба за тоа кој и како ќе ги интерпретира. Притоа, кога одреден збор ќе стане доволно леплив за широка мобилизација, неговото значење е помалку јасно, затоа што претставува низа барања. На пример, доколку барањето за повеќе „демократијата“ е главен збор со кој определена низа од барања, која ќе ја наречеме синџир на еквиваленција, станува доминантна во општеството, тоа не значи дека демократијата има исто значење за сите кои бараат демократија. Напротив, демократијата може да значи и „владеење на правото“, и „поевтени производи“, и „поголема социјална помош“, и „работно место во државната администрација“, и „помалку крадење за себе, повеќе давање на народот“, и „борба против корупцијата“, и „набавка на автобуси“, и „лична слобода“ и др..

Во Украина, иако неодамнешните протести имаа подеднакво социјален, националистички и политички карактер, симболот кој го изразуваше плурализмот на барања беше кондензиран околу барањето за влез на Украина во Европската унија. Истовремено, стануваше збор за протести против авторитаризмот и корупцијата на тамошниот режим. Затоа, многумина аналитичари во светските медиуми со право



предупредуваа дека поедноставувањето на комплексната политичка борба во Украина, како борба меѓу проевропски и антиевропски сили, не ја отсликува реалноста во целост.

Во кампањата за парламентарните избори во 2014 година, СДСМ излезе со слоганот „Промени за нов почеток“. Правилно советувани од експертите дека наративот за проблематичните состојби со демократијата, со независноста на судството и слободата на медиумите, кој пообилно го користеа во кампањата во 2011 година, не е доволно „леплив“, во говорите и настапите на луѓето кои учествуваа во последната изборна кампања провејуваа зборовите „промени“, „нов почеток“, „ново“ и др. Кандидатот за претседател, Стево Пендаровски доби симпатии со повиците дека на Македонија ѝ требаат „нови луѓе за нови политики“. СДСМ дури ги смени партиските бои со цел да симболизира дисконтинуитет со старото.

*Но, од каде доаѓа фетишот и привлечната сила на „новото“?*

Исфрустрирани од долгата транзиција кон пазарно стопанство и парламентарна демократија, главните барања на мнозинството граѓани во Македонија не се: „поголема демократија“, „повеќе слобода“, „социјална правда“, „човекови права“ или „влез во Европската унија“. Напротив, не само меѓу разочараните од владеењето на СДСМ, туку и меѓу незадоволните од владеењето на сегашната владејачка гарнитура, главните симболи на незадоволството се барањата за „нови лица во политиката“, „нови политики“, „нешто ново“, „млади луѓе“, „враќање на вредностите.

Благодарение на медиумската поддршка и внимателно создадената комуникациска стратегија, во 2006 година, Груевски стана симбол за „нов и модерен политичар-технократ“ од кој се очекуваше да расчисти со „старото“. Со други зборови, доколку повиците за „нешто ново“ го симболизирале барањето за промена на системот, Груевски успеа овој лебдечки означувач да го присвои и реинтерпретира во своја полза. Доколку „новото“ за луѓето има дури и митски димензии бидејќи асоцира на нешто што ќе го направи општеството подобро, тогаш политичарот кој ќе го присвои на начин што самиот ќе стане асоцијација за него - добил важна битка.

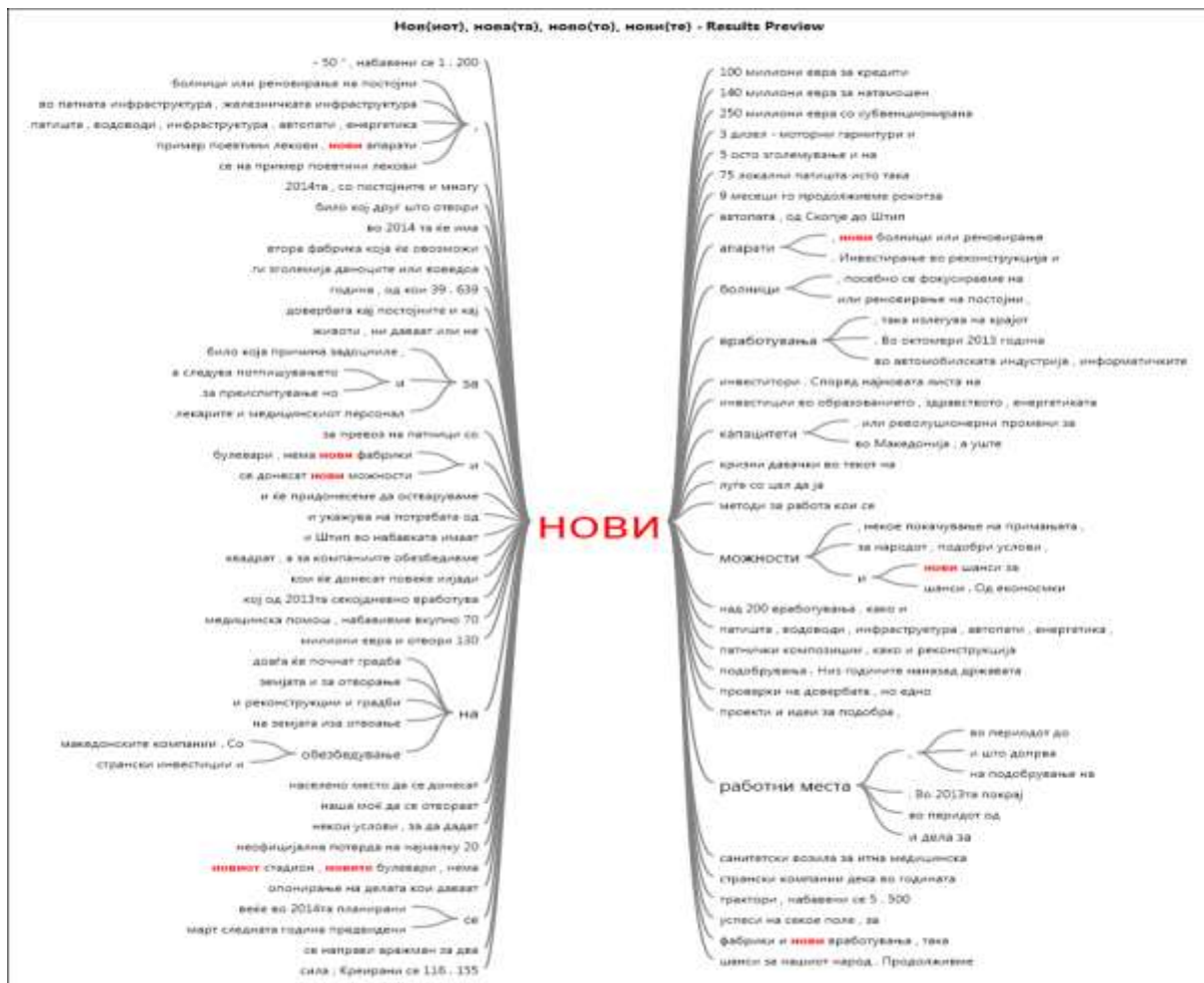
Со текот на времето, задачата на стратезите да го претставуваат Груевски како нешто „ново“ станува „ѓаволски“ тешка работа. Затоа многу е интересно да се види како сè уште успеваат да го одржуваат стабилниот доминантен дискурс.

Првата линија на која се води битката е „затворањето“ на процепот што се појави како шанса за новото раководство на СДСМ, по заминувањето на Бранко Црвенковски, кој делумно поради својот „политички багаж“, а најмногу поради внимателно осмислената и скапа црна медиумска кампања беше издигнат на ниво на симбол за сите политички зла во државата. Со неговото заминување „новото“ стана повторно предмет на политичка борба односно на СДСМ му се отвори простор да го присвои „новото“. Оттука, јасна е целта на слоганите од последната предизборна кампања на СДСМ: „промени“, „нов почеток“, „нови политики“ и др. Станува збор за обид „новото“ да се реинтерпретира со цел да се присвои, да стане асоцијација за СДСМ. Подеднакво е јасна и целта на Груевски во анализираните говори, во кои тој инсистира на тоа дека новото раководство во СДСМ не е предзнак на новата, туку е само континуитет на старата партиска политика.

Втора линија на битката, според Сликата 4, во која е видлив контекстот на употреба на придавката „ново“, Груевски ја води на „домашен терен“ односно во репродукцијата на доминантниот дискурс. Овде доаѓа до израз уште еден од парадоксите на популизмот – тој секогаш е во расчекор меѓу големите и нејасни зборови кои прават широка мобилизација. („новото“, „народот“) и единечните, овоземски елементи односно барања на гласачите за вработувања, субвенции, социјална помош, економски просперитет, итн.

Бидејќи „народот“ е всушност составен од овоземски луѓе со конкретни очекувања од лидерот, тие очекувања треба да бидат исполнети, затоа што „народот“ не може поинаку да опстои. Со други зборови, освен да мобилизира, популизмот мора и да администрира. Затоа, во репродукцијата на дискурсот, „новото“ на Груевски повеќе не се однесува само на „нови лица“, туку на „нови проекти“, „нови фабрики“, „нови можности“, „нови вработувања“, „нови покачувања на социјалната помош“, „нови зголемувања на...“, „нови работни места“, „нови машини“, „нови патишта“, и др. Се чини дека на овој парадокс реферира и аналитичарот Сашо Ордановски кога го забележува следното: „Овој тип на режим кој што го воспостави Груевски има една голема фалинка, односно бара многу пари. Ваков тип на режими можат да опстојуваат многу време само ако имаат екстра економски ресурси.“

Вреди да се спомене дека во наративот нема место за синтагми како „нови слободи“, „нови права“, „нови демократски алатки на располагање на граѓаните“. Впрочем демократијата не е спомената ниту еднаш во шесте анализирани говори на Груевски.



Слика 4: Контекст на употреба на придавката „нови“

## VIII Заклучок

Имајќи предвид дека терминот популизам во секојдневната употреба се користи често, но нималку јасно, во оваа анализа се обидовме да го појасниме неговото значење преку преглед на концептуалната рамка од теориските расправи. Правејќи го тоа, го стеснивме и фокусот на натамошната анализа.

Потоа, преку текстуална анализа на внимателно одбрани говори (од различен тип) на Никола Груевски, кој честопати од политичките противници е посочен како популист, утврдивме колку често и во какви контексти, тој реферира на клучните елементи на популистичките наративи како што се: народот, луѓето, непријателската елита. Освен тоа, анализиравме дали во говорите се рефлектира манихејство, нелиберален светоглед, антиплурализам и конспиративно размислување, кои се карактеристични за начинот на кој популистичките лидери ја опишуваат политиката и општеството. Во анализата бевме инспирирани од „симптомалното“ читање на популизмот односно од теоријата на дискурсот. Се обидовме да објасниме во кој контекст, со која цел Груевски ги користи трите најфреквентни зборови од неговите говори, и тоа „народ(от)“, СДСМ и придавките нов(а / о / и).

Утврдивме дека главното прашање не треба да биде дали, туку кога и во каква мера говорите на Груевски се популистички. Кога настапува како толкувач на трагични/конфликтни настани во својство на партиски лидер или народен трибун, говорите на Груевски ги содржат сите елементи на популистичка мобилизација. Притоа, во овие говори доминира употребата на термините „народ“ и „СДСМ“ кои одат рака под рака. „Народот“ кај Груевски не е јасен термин, туку збор кој треба да мобилизира, да понуди идентификација преку будење на емоциите на публиката. Нејасноста не го прави „народот“ помалку успешен во мобилизацијата, ниту, пак, претставува говор што ја искривува реалноста, туку станува збор за говор кој е перформативен во смисла дека ги обликува политичките идентитети.

Од друга страна, кога Груевски настапува во својство на премиер, како на пример во свечени пригоди, начинот на кој се обраќа до публиката е (навидум) поадминистративен, обединителски, а јазикот му е појасен. Во овие говори „народот“ им отстапува место на „граѓаните“, и на „новото“. Сепак, доколку одблизу се анализира кои се всушност „граѓаните“ на кои им се обраќа, ќе се види дека тој не мисли на сите граѓани односно на различните групи/идентитети кои постојат во општеството. За да се разбере кои се всушност граѓаните односно народот на премиерот многу е битно да се види не само кого споменува, туку уште повеќе на кого тој воопшто не реферира во своите говори. Во таа смисла, анализата покажа дека Груевски најчесто им се обраќа само на дел од етничките Македонци, додека во неговите говори нема место за некаков поширок плурализам односно за други, различни општествени идентитети, како на пример, ЛГБТ, опозиционери, либерали, активисти, независни новинари, критичари и др.).

Во анализата се обидовме да ја протолкуваме и честата употреба на придавката „нов“ во сите граматички форми. Утврдуваме дека нејзината употребата во реториката на Груевски е дел од осмислена популистичка политичка стратегија, која има за цел политичкиот простор во Македонија да го портретира како поле на борба меѓу „новите“ (добрите, вредните, народните, обичните, Груевски и ВМРО-ДПМНЕ) и „старите“ (лошите, мрзеливите, елитистичките, себичните, Бранко Црвенковски и СДСМ) политички сили.

На крајот, вреди да се спомене и тоа дека во наративот на премиерот нема место за синтагми како „нови слободи“, „нови права“, „нови демократски алатки на располагање на граѓаните“. Во прилог на ова говори и фактот дека во шесте анализирани говори на Груевски, демократијата не е спомената ниту еднаш.