

DOI 10.51558/2490-3647.2022.7.1.43

UDK 316.774:32

Primljeno: 2. 11. 2021.

Stručni rad  
Professional paper

**Sead Alić**

## **POPULISTIČKA SAPUNICA DONALDA TRUMPA**

Ovaj tekst želi skrenuti pozornost na povezanost Tumpove političke karijere s njegovim sudjelovanjem u medijskim spektaklima. Kroz tu povezanost tekst želi naglasiti snagu potpuno novog medija – komentara na društvenim mrežama. Ti su komentari omogućili onu vrstu govora koja često završava u govoru mržnje. Medijska dimenzija trumpizma svjedoči o sudjelovanju i važnosti medija za svako oblikovanje odnosno održavanje na vlasti.

**Ključne riječi:** trumpizam; mediji; ksenofobija; srednji sloj; Amerika

### **1. POVRATNI UDAR GLOBALIZACIJE NA TLO SAD**

Matrice straha bauljaju globalnim selom. Privilegije privilegiranih polako se gube. Izrabljivani, a nerijetko i pljačkani, podižu glave i najavljuju doba velikih migracija. Nijedna granica nije dovoljno visoka ili čvrsta da bi zaustavila obespravljene u traženju svoje Utopije. Otuda strah privilegiranih. Strah da će nestati svijet u kojemu su uloge bile jasno podijeljene. Strah od nereda koji se poput bombe može spustiti na uređene odnose uređenih država, uređenih gradova, uređenih aerodroma s kojih polijeću lijepo dizajnirani zrakoplovi ili dronovi.

U prirodi je straha da iza njega stoji slabost koja se prikriva. Pojedinaac ili društvena grupa, iz straha će povećavati represiju prema članovima obitelji, izbjeglicama, migrantima, osobama druge boje ili druge vjere. Strah je indikator društvenih promjena i signal dolaska autoritarnih mesija.

Kada su s Trumpom na površinu američkog političkog i medijskog života isplivali ksenofobija, rasizam, govor mržnje – to je samo značilo da je na svjetlo dana izašlo nešto što je uvijek bilo prisutno (ali uvijek u rukavicama ili ispod radara medija). ‘Glasnost’ ksenofobije, mržnje prema ‘obojenima’, netrpeljivosti prema muslimanima – bila je samo izraz narastajućeg straha do tada privilegiranog bijelog stanovništva Amerike.

Kolektivno nesvjesno tražilo je svog lidera, osobu koja se nije smjela plašiti latinoamerikanaca, muslimana, afroamerikanaca, Židova, Meksikanaca i drugih koji su željeli doći u Božje kraljevstvo na zemlji. Kolektivno nesvjesno bijelih Amerikanaca tražilo je osobu koja će njihov strah pretvoriti u osudu, koja će njihov krhki vapaj uzdići do razine nacionalne politike.

Bila je ugrožena hegemonija bijele rase u Americi i to je bio znak da treba dići uzbunu. Moć koja se topila tražila je dovoljno glasnog, beskrupuloznog – spasitelja dotadašnjih privilegija. Moć je trebala spasitelja koji se ne libi iskazati mržnju bijele Amerike i seoskog dijela američkog stanovništva prema gradovima u koje su dolazili stranci i u koje su se slijevala porezna sredstva (a kojima su uglavnom upravljali demokraciji).

Mržnju najbolje iskazuje onaj koji je i sam sklon vrijeđati. Sapunica političkih previranja iznjedrila je čovjeka *reality show* programa, dovoljno bahatog, dovoljno bogatog, dovoljno narcisoidnog i dovoljno intuitivnog da shvati da ga bijela Amerika poziva na sam vrh. Donald Trump bio je savršeno rješenje za pritajenu ali snažnu i dugo već narastajuću mržnju prema svemu što nije bilo ‘bijelo’.

Glad globalnih korporacija vratila se Americi u obliku siromašenja američkog sela i američke bijele srednje klase. Bijes će naravno biti usmjeren prema useljenicima u Ameriku, a ne prema gladi za profitom vlasnika velikih korporacija. Bijes će od realnih uzročnika biti pomjeren na žrtve. Neke od tih žrtava tako će po drugi ili treći put u životu biti žrtvovane.

Priča o ‘američkom snu’ polako se pretvarala u priču/problem identiteta. Moć, kojoj nije u prirodi da se dijeli, počinje političko-kazališnu igru u kojoj se samo bijelim Amerikancima daju kostimi američkog identiteta. Ponos Amerike polako se počinje topiti. Nisu više svi građani Amerike Amerikanci. Neki od njih su Amerikanci više od drugih. Jedini pravi. Oni koji će Ameriku vratiti na put moći, na put na kojemu će moćni biti ponajprije i ponajviše bijeli Amerikanci.

Kanaliziranje bijesa i ojađenosti osiromašene američke bijele srednje klase nije bilo teško provesti u vrijeme novih kanala komuniciranja. Društvene mreže ionako

su otvarale put govoru mržnje. Komentari na društvenim mrežama vapili su za stavovima koji će produbiti verbalne ratove, a samim tim i posjećenost (odnosno zaradu).

Trump koji je i prije svoje kandidature za predsjednika USA objavljivao twitove<sup>1</sup> protiv useljenika, poruke koje su često bile na rubu rasističkih – s kandidaturom je ušao u prostor identificiranja s mržnjom ogromne populacije koja je godinama gubila svoje privilegije, ali i mogućnost rada i sigurnog života. Prebacivanje odgovornosti na one druge i drugačije stara je škola političara koji se žele predstaviti mesijama kojezi, očevima nacije, zaštitnicima vjere i zakona i slično.

Dvanaest milijuna novih glasača bit će inspirirano Trumpovom retorikom. Njegovim odgovorom svima koji su počeli gubiti moć (ali i realno uobičajene uvjete egzistencije). Trump je bio Führer kojeg su trebali, osoba koja je znala mrziti onako kako oni mrze i koja se nije ustručavala govoriti onako kako oni govore.

Adolf Hitler je osnovni uzrok gubitka Prvog svjetskog rata, poraza Njemačke i ojađenosti njemačke nacije vidio u uspješnoj američkoj propagandi. U prvoj stranci u koju se uključio nakon Prvog svjetskog rata postavljen je (nimalo slučajno) za stručnjaka za propagandu. Donald Trump, u drugim okolnostima i na drugi način, s jednakim poštovanjem gleda na medije (i čak sudjeluje u oblikovanju medijskih slika Amerike). Trumpova sklonost prema medijima dovela ga je i do Twittera koji će se pokazati najboljim sredstvom komuniciranja Vladara koji između sebe i naroda ne želi imati nikoga kao posrednika.<sup>2</sup>

## **2. NAPREDOVANJE LJUDSKE CIVILIZACIJE OD KUPOVANJA ROBOVA DO KUPOVANJA GLEDATELJA**

Oduvijek je tako bilo da se čovjeka moglo kupiti. U ‘predljudskim’ vremenima (koja su potrajala i do naših stoljeća) ljude se kao robove moglo kupovati po tržnicama. Kolonijalne su sile znale organizirati ratne pohode čiji je jedan od rezultata bilo dovođenje robova na plantaže, u rudnike, ili u kuće kao kućnu radnu snagu. No ljude se moglo kupiti i na druge načine.

Već je antičkim misliocima bilo jasno da se s demokracijom otvaraju veliki problemi. Mudri Solon, kojemu je bilo jasno da su zakoni poput paukove mreže, kroz koju će velike zvjerke proći, a u koju će biti uhvaćene samo one najsitnije mušice –

---

<sup>1</sup> Trumpovi twitovi arhivirani su na stranici <https://www.thetrumparchive.com/> ; videno 5. 10. 2021.

<sup>2</sup> Razmišljanja slična ovima pronašao sam u radu koji preporučujem za čitanje: Arnold (2021).

slutio je, i to ispravno, da poslije demokracije može doći do tiranije. Naime, naklonost naroda nije skupa i mogla se izraziti u novčanom iznosu. Kupnjom naklonosti mogao je dakle biti uništen politički sistem koji je trebao biti rješenje za pitanja političke jednakosti svih građana neke političke zajednice.

U svijetu koji je okrenut prema materijalnim vrijednostima, gdje je važnije 'imati nego biti', nije teško kupnjom dosegnuti poznatost i popularnost. U osnovi demokracije materijalistički ustrojenoga svijeta sve je trgovina, otvorena ili prikriivena.

Da bismo vjerovali iluziji življenja u demokratskom društvu suvremena trgovina glasovima (na političkim izborima) uglavnom je prikriivena, a najsnažniji posrednik u toj trgovini su mediji. Koga mediji prihvate (a mediji su u pravilu u rukama vladajućih elita) može računati na uspjeh na izborima. No medije ipak treba poznavati da bi se na njih oslonilo. Naime u vremenima velikih promjena medijskih posredovanja dolazi i do promjena utjecaja pojedinih medija. Računati na snagu jednog medija u vremenu u kojemu drugi medij zadobiva dominantnu ulogu – to znači ulagati na krivog igrača.

Mediji imaju svoje zakonitosti, ali i sveukupnost društvenog horizonta utječe na prelijevanje interesa od jednog medija na drugi. Tako zanemarivanje humanističke, duhovne, kulturne, umjetničke i sličnih dimenzija – dovelo je Zapad na rub smislenog postojanja. Prenaglašavanje materijalnoga srušilo je čitav sustav vrijednosti i dovelo do otvorenog zagovaranja materijalističkog egoizma, privatnih interesa, važnosti posjedovanja i sl.

Istovremeno smanjivala se vrijednost izgovorene i pisane riječi. Knjiga je sve rjeđe u rukama ne samo građana nego i u rukama studenata. Elokventnost i retorika nas na svoje postojanje podsjećaju u snimljenim predavanjima starih profesora. Lijepo ponašanje postalo je iznimka u svijetu sve brutalnijih privatnih i javnih obračuna. Na razini psihologije može se govoriti o pobjedi *ida* i *ega* nad *super-egom*. Živimo u svijetu banalnih psihologija, na razinama koje smo nekada pripisivali životinjama.

Materijalistička zapadna civilizacija podredila je kulturu tehničkom napretku koji je pak čovjeka sveo na servomehanizam svog postojanja. Od čovjeka se danas ne očekuje da bude *homo universalis*. On treba obavljati određene funkcije, biti zamjenjiv u svakom trenutku i kao takav u osnovi – bezvrijedan (Pogl. Guenon 2001).

Svijet je to u kojemu će i izum novina (nastalih iz želje za objektivnošću) doživjeti svoj fijasko. To je i bilo očekivati i godinama je to najavljivano. Društvene su mreže preuzimale dio po dio kolača da bi se na kraju pokazale snažnijim i utjecajnijim od tiskane riječi.

No za politički svijet Zapada ta je promjena ipak bila nenadana. Mainstream političari orijentirani na mainstream medije očekivali su poraz Trumpa na izborima na kojima se pojavio gotovo kao autsajder. I doista, teško je bilo vjerovati da bi osoba s rječnikom s kojim je raspolagao Trump mogla nešto napraviti u borbi za svjetsko prijestolje. Svi mainstream mediji bili su uglavnom na strani njegovih protivnika. No dogodila se jedna koincidencija koja je presudila uvođenju Trumpa na svjetsku pozornicu. Naime sirovost i banalnost, pa i bezobrazluk i provokativnost Trumpova jezika, korelirali su s novim medijem društvenih mreža, s prostorom za komentare koji je postao prostor za izricanje onoga što je nekada, zapravo doskora, bilo nespojivo s mainstream medijima.

*Komentari na društvenim mrežama* postali su medij koji je snažniji od mainstream medija. Osnovni razlog bio je u mogućnosti brzog i aktualnog reagiranja na sve što je negdje objavljeno. Komentari su ponudili sudionicima da se osjećaju poput pisaca teksta, kritičara, sudaca, egzekutora. U svojim presudama ispod tekstova komentatori su se obračunavali s tekstovima, ali jednako tako pa i više s pojedincima koji su također komentirali.

Bilo je naravno važno i to što su prostori za komentiranje donijeli i otvorenost za govor mržnje. Ono što je doskora bilo cenzurirano i uređivano od strane tiskanih ili elektroničkih medija – našlo se u jednom prostoru u kojemu je izgledalo da je ‘sve moguće’. Među ostalim bilo je moguće i govor mržnje interpretirati kao slobodu govora.

U ‘naivnu svijest’ (Karla Marxa) nije morala udariti ‘iskra misli’. Ona je, iskustvo Trumpa pokazuje, zadovoljna i s puno nižim sadržajima.

### 3. KRUG NARCISOIDNOSTI

Suvremeni masmediji skloni su senzacionalizmu. Potreba privlačenja što većeg broja konzumenata spušta sadržaj na razinu najšireg mogućeg sloja potencijalnih korisnika. Otuda glad medija za nasiljem, seksom, zločinima, skandalima. Iznenadenje i šok tražena su roba.<sup>3</sup> U tom smislu mediji brzo ‘potroše’ standardni način govora i ponašanja. Već samo bacanje pogleda na televizijske programe skreće pozornost na izvještachenost, ‘nabrijanost’, otklon od prirodnog ponašanja, odnosno svojevrstu medijsku egzaltiranost.

---

<sup>3</sup> O tome još 1936. godine piše Dževad Sulejmanpašić u svojoj studiji *Žurnalizam – razarač čovječanstva*. Knjiga je to koja bi morala upozoravati sve studente svih studija novinarstva, odnosa s javnosti ili komunikologije.

Onako kako televizija i *show* programi vole ekscentrične voditelje, jednako tako televizijska publika voli ekscentrične izlete gostiju televizijskog programa, pa i političara. Što je politička pozicija čudnija i kontroverznija to je interes publike za tu osobu veći. Znati održavati publiku žednom kontroverznosti voditelja i gostiju – mudrost je profitabilnosti medija.

Ekscentričnost, egzaltiranost, narcisoidnost, senzacionalizam, šok i svi ostali segmenti masovnih medija pojavom društvenih mreža dobili su svoj novi prostor širenja. Izostanak uređivanja na društvenim mrežama omogućio je do sada nezamislivu razinu komunikacije. Pojavio se prostor koji je tražio masovnim medijima oblikovanu publiku i njihovim zahtjevima oblikovane lidere novog doba, doba koje će na razne načine biti neočekivano ali zasigurno ne želi biti dosadno.

Kad govorimo o ‘trumpizmu’ sasvim sigurno jednim dijelom govorimo o političkoj orijentaciji odnosno obliku političkog djelovanja, pa i načinu viđenja i provođenja politike, onako kako je to sve skupa vidio i radio Donald Trump. Prema tom riječ je o svojevrsnoj medijskoj ekstenziji osobnosti koja je i sama ekstenzija biznisa i medija. Krug narcisoidne opčinjenosti vlastitim likom i djelom zatvorio se u Trumpovoj političkoj kandidaturi. Nakon nje (medijske ‘karijere’), sve je bilo moguće. Sve su greške mogle biti oprostene, sve su negativne karakteristike mogle biti proglašene moralnim vrijednostima.

Trumpovo sotoniziranje korumpiranog establišmenta bilo bi i te kako prihvatljivo da i sam Trump nije dio tog establišmenta. No politička pozicija koja se hoće približiti svom glasačkom tijelu, tjera ga da – neke – biznismene i bogate ljude proglasi krivcima za ekonomski i moralni pad Amerike. U ime morala, pravde i običnog američkog čovjeka (istina, bijelca) Trump će sve koji mu se suprotstavljaju proglasiti korumpiranim. Istovremeno neće ga smetati što su u njegovom timu pa i u njegovoj vladi milijarder poput primjerice Stevena Mnuchina kojega je pratio nadimak ‘kralj ovrha’.

Trumpizam je na neki način i konzekvenca stava da bi ljudi koji su se znali obogatiti, morali moći pravedno i uspješno voditi i zemlju. Trump i jest pokušao voditi Ameriku kao najveću svjetsku korporaciju. No bitne razlike između upravljanja državom i korporacijom morale su doći do izražaja. Država nije korporacija i temeljni cilj nije proizvodnja viška vrijednosti nego uljudenost zajednice u kojoj žive ljudi koji pokušavaju na pravednosti utemeljiti svoju sreću. Ove starogrčke ideje daleko su naravno od ideja poslovne, geostrateške ili političke pobjede. Čak suprotno, može se dogoditi da se svi ratovi dobiju ali da građani države ne vide na horizontu pojavljivanje dugo očekivane topline i – sve pobjede padaju u vodu.

Trumpizam se može promatrati i kao politička praksa bitno određena trumpovskim oblikom komuniciranja. Tu se ponovno vraćamo medijski oblikovanoj ekstenziji jedne psihologije koja sebe kao rezultat vlastitog medijskog eksperimenta postavlja kao kriterij političkog ponašanja i djelovanja. Tu bi se s dosta prava moglo govoriti o politici narcisoidne ishitrenosti, samoljubive isključivosti, samouvjerene brzopleitosti ili umišljene površnosti. Sve su to u osnovi proizvodi medijske dimenzije koja je bitno utjecala i oblikovala politički karakter Trumpa a onda i njegov specifični – medijski populizam.<sup>4</sup>

Nadia Urbinati, pojašnjavajući svoje viđenje Trumpovog populizma, suprotstavit će se interpretacijama koje u tom populizmu vide fašizam. Sličnosti naravno postoje, naročito u želji za izravnom ‘komunikacijom sa svojim narodom’ (što je u vrijeme društvenih mreža relativno jednostavno ostvarivo). Njen stav međutim kaže da „nema ničeg nedemokratskoga u izboru ksenofobnog vođe“ (2019: 214). No tu se problem dimenzije fašizma ne gubi nego se veže uz načine utjecaja na mase, sustave zavođenja i manipuliranja, odnosno problematičnost same demokracije churchillovski mišljene kao najmanje lošeg oblika političke vlasti.

Populizam koketira s duhovnim horizontom širokog sloja seoskog stanovništva ruralnih i siromašnijih područja. Prostori su to kojima još uvijek kraljuju mitovi o jednostavnim rješenjima, spasenju, viteštvu i velikim i časnim ljudima. Politika koja želi manipulirati takvim potrebama izlazi ususret i nudi stereotipe koji pogađaju upravo takve potrebe.

Čini se da nema bitne razlike između ruralnih američkih krajeva i balkanskih ne-urbanih sredina. Slični populizmi pojavljuju se i utvrđuju u nacionalistički utvrđenim političkim tvrdavama. Iluzija o pravednosti tu se zamjenjuje iluzijom o uspostavljenom identitetu. Ono pak što se događa iza kulisa pripada svijetu realnih političkih iluzionista koji su svjesni svojih laži ali ‘samo rade svoj posao’. Uostalom kao i televizijski urednici koji samo ‘izlaze ususret zahtjevima svoje publike’. No ono što treba nužno pripomenuti jeste da, za razliku od mnogih oblika populizma, trumpizam nije na svijet donesen parenjem ideologije sa širokim narodnim masama. Specifičnost je trumpizma u njegovoj određenosti tehnikama suvremene komunikacije, kanalima komuniciranja, načinima utjecaja tih tehnika na pojedince i skupine, te povratnim utjecajem tih pojedinaca i skupina na zakonitosti medijskih tehnika.

---

<sup>4</sup> Anna Dimitrova (2017) pojašnjava kako se trumpizam može čitati i kao jedan nekoherentan skup politika koji objedinjuje različite utjecaje različitih sfera na osobnost Trumpa koja se onda manifestirala u provokativnosti, svojevrsnoj egocentričnoj odlučnosti u provođenju ne ideologije nego vlastite volje.

U prirodi je homopolitica da se identificira s osobom ili pokretom za koje će glasati. Ukoliko se osoba pojavi kao njemu sličan, gotovo identičan primjerak osobe ‘iz naroda’; ako se takva osoba poziva na povratak vlasti običnom građaninu – onda je na djelu svojevrsna verbalna revolucija. Političar poput Trumpa kada nudi običnom građaninu da će oduzeti vlast birokraciji iz Washingtona i da će je predati u ruke onima kojima suverenitet izvorno i pripada, onda je na djelu zavodljiv poziv koji za pravo čeka najveći dio glasača svih zemalja svijeta.<sup>5</sup>

Ima istine i u stavu Charles Micallefa: „Trumpov uspjeh mogao bi se temeljiti na “Ja sam ono što vidite”: bez maski, bez slatkih riječi i bez inhibicija“ (2017: 96). Ovakav je stav najdalje od istine. Trumpovo lice je maska. Njegovo bezizražajno lice odgovara ‘dobu slike svijeta’ posebno televiziji, ali daleko od toga da nije dobro koordinirana i promišljena maska. U dubljem smislu sve njegovo ponašanje je pogađanje stereotipa kojima cilja stereotipna očekivanja svojih potencijalnih glasača.

Trump dakle nije ono što se vidi. Trump su poslovne i medijske transakcije. Trump je refleksija studijskih reflektora. Trump je lažni Mesija koji zna da će njegov narod biti sretan i s lažnim Mesijom. Ponajveći je promašaj misliti da Trump dolazi ‘bez slatkih riječi’. Trump je dolazio s gorkim obećanjima koja su se milijunima Amerikanaca činila slatkim (Slatko i gorko ovisi samo o postotku useljenih u SAD svih onih koji bi mogli ugroziti privilegije bijele populacije.).

Kad je pak riječ o inhibiciji, ona zna i te kako biti korisna ukoliko sprečava nekontrolirane ishitrene reakcije koje, na mjestu predsjednika najveće svjetske sile, i te kako mogu ugroziti mnogo toga.

#### **4. TRUMP ŽELI MREŽU KOJA ĆE OBJAVLJIVATI SAMO (NJEGOVU) ISTINU**

Premda se mnogo toga ima prigovoriti Marxovoj interpretaciji historije kao historije klasnih borbi (posebno u postavljanju uloge proletarijata kao klase kojoj ‘nije učinjena nikakva posebna nepravda’ nego da se na njoj reflektira nepravda koja je učinjena uopće prema ljudima) – ne može se ne vidjeti da je svaka epoha uistinu imala svoje relativno jasno uspostavljene (suprotstavljene) klase koje su se borile za održanje postojećeg stanja ili za promjene. Povijesna su gibanja demantirala Marxovu svojevrsnu *filozofiju spasenja* koja se temeljila na pobuni najsiromašnijeg (ali kapitalizmom odgojenog i za revoluciju pripremljenog) sloja ljudi – klase proletarijata. No povijesna

<sup>5</sup> U tom smislu postavlja se osnova za razvijanje teze u tekstu Beeman (2018).



gibanja jednako tako stalno potvrđuju neprestanu borbu vlasnika sredstava za proizvodnju protiv ‘vlasnika’ vlastite radne snage.

O jednom takvom sukobu svjedoči i Noam Chomski (2007) kada detektira prvu modernu demokratsku revoluciju i smješta je u 17. stoljeće u Engleskoj. Na jednoj strani polariziranog društva nalazi se elita koja sebe smatra jedino sposobnom baviti se politikom, a za one druge upotrebljava se sintagma „raspomamljeno mnoštvo zvijeri u ljudskome liku“ (Ibid.). To je ‘raspomamljeno društvo’ naime smatralo da ih u parlamentu moraju zastupati seljaci, odnosno ljudi koji razumiju sve probleme ljudi koji žive i rade na selu, a ne vlastelini koji i donose zakone i izrabljuju seljake i istovremeno zastupaju njihove interese u parlamentu. Elita se, nastavlja Chomsky, branila tezom da je pokušaj nižih slojeva kompromitiran već samim pokušajem da se u parlament dovedu ‘pokvareni’, ‘nedostojni’, ‘moralno izopačeni’ ljudi.

Buđenje demokratske svijesti ostavilo je traga u pokušajima elite da u startu one-mogući takve buduće pokušaje. Jedan od najjasnijih primjera Chomski prepoznaje u Wilsonovom uspostavljanju Odbora za javno informiranje. Okupivši ljude poput Lippmanna i Bernaysa (uz teorijsku potporu Lasswella) Wilson sukobe prenosi na razinu propagande kojoj je temeljni cilj uništiti neprijatelja bez borbe. Metoda ‘proizvodnje pristanka’, smatra Chomsky, postaje osnovno sredstvo demokratskog procesa, a propaganda oblik provođenja totalitarizma u civiliziranim zemljama (Ibid.).

Iz te perspektive gledano Donald Trump je političko-medijski igrač koji se okoristio gnjevom osiromašenog srednjeg sloja, te koji je na krilima tog gnjeva pokušao stvoriti – svoju elitu. Kriterije razlikovanja postavljao je sam. Bio je glavni glumac u političkoj (mono)drami u kojoj je sam bio i pisac teksta i redatelj.

No kad su mu počeli zatvarati medijske kanale ta je, Kundera bi rekao, nezrela osobnost, izjavila da će pokrenuti svoju vlastitu društvenu mrežu. Trenutno je taj proces otvoren<sup>6</sup>, a potvrdu da mreža na kojoj se radi pripada Trumpu vjerojatno ćemo dobiti kada i ako uspostavljanje te nove mreže uspije.

U svakom slučaju mreža svojim imenom obećava istinu...

U društvu masmedijskih posredovanja svaka je politika bitno određena medijima koje koristi. U tom smislu svaka je politika populistička. Trump je bio simbol noveslobode govora mržnje u komentarima na društvenim mrežama kao novom mediju političkih obračuna. U tom je smislu pokušaj reguliranja govora mržnje na društvenim

---

<sup>6</sup> Former U.S. president Donald Trump launches ‘TRUTH’ social media platform  
<https://www.reuters.com/world/us/former-us-president-donald-trump-launches-new-social-media-platform-2021-10-21/>; videno 12. 10. 2021.

mrežama, i u medijima općenito, istovremeno i odgovor na pojavljivanja političkih nepoznanica poput Trumpa i njihovih ishitrenih i ksenofobičnih poteza.

Trump je proizvod slobodnog ispoljavanja one vrste govora koju SAD, za razliku od Europe, ne sankcionira, a koji najčešće završava u govoru mržnje. Dok bude razvijala takav odnos prema medijima Americi će se događati likovi poput Trumpa koji će dolaziti iz sapunica pokušavajući naš život učiniti sapunicom.

## LITERATURA:

1. Arnold, Aidan M. (2021), *Defining Trumpism: Where did the Movement come from and what is its State Today?*, Senior Theses, Trinity College Digital Repository, <https://digitalrepository.trincoll.edu/theses/867> , Trinity College, Hartford, CT
2. Guenon, Rene (2001), *The Reign of Quantity and the Signs of the Times*, trans. Lord Northbourne, Sophia Perennis, Hillsdale, NY
3. Dimitrova, Anna (2017), "The Risks of Trumpism", *CIFE policy paper*, N° 49, <https://www.nomos-elibrary.de/10.5771/9783845292762-139.pdf> ; pristup 18. 10. 2021.
4. Urbinati, Nadia (2019), "On Trumpism, or the End of American Exceptionalism", *Teoria politica*, 9, 209-226.
5. Beeman, Rachel D. (2018), "What are the three characteristics of Trumpism?: A Discourse Analysis of Trump's Four Major Campaign Speeches", *Political Analysis*, Vol. 19 , Article 2. Available at: <https://scholarship.shu.edu/pa/vol19/iss1/2> ; pristup 20. 10. 2021.
6. Micallef, Charles (2017), "Reflections and comments: 'Trumpism politics: is it truly appealing?'" , *International Journal of Social Sciences*, Vol. VI, broj 1., 93-99.
7. Sulejmanpašić, Dževad (1936), *Žurnalizam – razarač čovječanstva*, Štamparija 'Gaj', Zagreb
8. Chomsky, Noam (2007), *Failed States: The Abuse of Power and the Assault on Democracy*, Holt Paperbacks, NY

## POPULIST SOAP OPERA BY DONALD TRUMP

### Summary:

This text seeks to draw attention to the connection between Trump's political career and his participation in media spectacles. Through this connection, the text emphasizes the power of a completely new medium - comments on social networks. These comments enabled the kind of speech that of trends in hate speech. The media dimension of Trumpism testifies the participation and importance of the media for any formation or maintenance of power.

**Keywords:** trumpism; media; xenophobia; middle-class; America

Adresa autora  
Author's address

Sead Alić  
Sveučilište Sjever, Varaždin – Koprivnica  
salic@unin.hr

