

Prediktori glasanja za Srpsku naprednu stranku

Apstrakt

U okviru ovog istraživanja ispituju se prediktori opredeljivanja birača za Srpsku naprednu stranku. Od posebnog je značaja identifikovati činioce preferencije ove političke partije, budući da od 2012. godine u kontinuitetu vrši vlast u Srbiji, odnosno nijednom nije izgubila izbore i postala deo opozicije. Primenom multiple binarne logističke regresije testirana je i kvantifikovana eksplanatorna moć niza varijabli raspoređenih u četiri modela: socio-demografski, kognitivni (stavski), medijski i liderski. Analizirani su podaci iz ankete sprovedene na reprezentativnom slučajnom uzorku od 1800 ispitanika tokom 2020. godine u okviru projekta "Comparative National Elections Project" Univerziteta u Ohaju. Istraživanje je pokazalo da liderski model ima najveću eksplanatornu moć, odnosno da pozitivno mišljenje o lideru Srpske napredne stranke najbolje predviđa glasanje za SNS. Modeli u kojima su ispitivani politički stavovi (percepcije stanja ekonomije, demokratije, korupcije i izbornog procesa u Srbiji i autoritarnost) i praćenje različitih medija (televizija sa nacionalnom frekvencijom) imaju nešto manju, ali i dalje značajnu eksplanatornu moć. Sociodemografski model ima naslabiju eksplanatornu moć, a najsnažniji prediktor koji uključuje je nisko obrazovanje.

Ključne reči

izborno ponašanje, izborne preferencije, izbori, Srpska napredna stranka (SNS), Aleksandar Vučić

* Autor je student master studija na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu. E-mail: bogdan.milivojeviczm@gmail.com

Uvod

Glasanje za određene političke partije oblik je izbornog ponašanja kome je posvećeno najviše istraživačke pažnje (Milošević 1997, 279). Jedan od osnovnih pristupa u proučavanju opredeljivanja za različite partije na izborima je *sociodemografski* odnosno *političko-sociološki* pristup (Milošević 1997 ; Šiber 2003). Ovaj pristup teži da posredstvom određenih sociodemografskih karakteristika poput obrazovanja, godina, starosti, pola, prihoda, mesta stanovanja uoči tendenciju glasanja za neku partiju, odnosno kandidata. Drugim rečima, nastoji da predvidi postojanje pravilnosti u izbornom ponašanju društvenih grupa (Milošević 1997, 281). Izborna ponašanja nastoji da objasni i *kognitivni* koji pretpostavlja da birači imaju određene stavove o političkim pitanjima, te da ovi stavovi imaju presudan uticaj na izborna ponašanja (Milošević 1997, 287). Relevantna znanja na kojima počivaju izborne preferencije uglavnom se usvajaju posredstvom medija. Stoga istraživanja glasačkog ponašanja prepoznaju i uticaj medija, koji pak odlučuju koje teme će biti u fokusu (eng. agenda setting), odnosno koji sadržaji neće dopreti do publike (eng. gatekeeper) (Slavujević 2009). Današnju političku kompeticiju karakteriše visok stepen personalizacije politike, odnosno birači partiju najčešće identifikuju preko njenog lidera. Stoga je opravdano pretpostaviti da percepcije lidera vrše znatan uticaj na izborna ponašanja (Orlović 2014).

Istraživanja pokazuju da je uspešnost *sociodemografskog* pristupa u objašnjavanju izbornog ponašanja organičena, odnosno da glasačke preferencije određuje čitav niz situacionih i personalnih faktora koji izlaze iz skupa obeležja poput pola, starosti, obrazovanja i životnog standarda. Iako u savremenim istraživanjima *sociodemografski* pristup ima ograničen domet budući da njegova eksplanatorna moć opada u Srbiji je on, barem tokom devedestih godina prošlog veka, važio sa najuspešnijim model (Milošević 1997, 281-282). Sociodemografske varijable poput obrazovanja, generacijskih razlika, nacionalnog opredeljenja su tokom prethodno

pomenutog perioda vrlo precizno predviđale glasove na relaciji vlast-opozicija. Međutim, pretpostavka je da se usled različitih faktora eksplanatorna moć ovog modela smanjila i u slučaju Srbije. Uzroci za to se mogu tražiti i u delovanju spoljnih uticaja poput političke, ekonomske i socijalne transformacije, praćeni globalizacijom, proizvode konfuznu socijalnu i ekonomsku strukturu (Bešić 2020, 4). Kada je u pitanju *kognitivni* model, tj. politički stavovi, glasači SNS-a se najčešće prepoznaju preko stava da su izbori u Srbiji demokratski (Bešić 2020, 11). Osim toga, karakteristično za birače ove stranke je i naglašena autoritarnost (Bešić 2020, 11). U određenim zemljama, poput SR Nemačke eksplanatorna moć *kognitivnog modela* je ogromna. Naime, ukoliko je birač nezadovoljan stanjem ekonomije u 77% slučajeva će glasati za partije opozicije (Milošević 1997, 289).

O uticaju televizije na izbornu ponašanje je govorio još i Džon F. Kennedy koji je i sam istakao da je televizija više od bilo kog drugog faktora okrenula situaciju u njegovu korist (Schulz 2011, 91). Indikativan primer značaja medija, tj. televizije na opredeljivanje birača je slučaj američke televizije „Foks Njuz“. Blagonaklono izveštavanje ove televizije (koja je počela sa radom 1996. godine) o Republikanskoj stranci je poboljšala izborni rezultat Džordža Buša mlađeg na tesnim predsedničkim izborima 2000. godine na kojima je on, nakon ponovljenih izbora u saveznoj državi Floridi, odneo pobjedu (DellaVigna, Kaplan 2007, 1188). Procenjuje se da je delovanje ove televizije poboljšalo izborni rezultat Džordža Buša za između 0,4% i 0,7% (DellaVigna, Kaplan 2007, 1188). Iako se u prvi mah čini da ovo nije preveliki uticaj u obzir se mora uzeti činjenica da je Buš postao predsednik za svega nekoliko stotina glasova više nakon ponovljenih izbora na Floridi – pa se može tvrditi da je upravo uticaj „Foks njuz-a“ na opredeljivanje birača bio presudan za pobjedu (DellaVigna, Kaplan 2007, 1188). Osim toga, „Foks-njuz“ je doprineo većoj izlascnosti birača ali i je učinio da 3% do 8% neopredeljivih birača na kraju ipak glasa za Republikansku stranku (DellaVigna, Kaplan 2007, 1188). Istraživanje BIRODI-a, sprovedeno između decembra 2020. i januara 2021. godine, pokazalo je da predsednik Srbije i SNS-a Aleksandar Vučić nijedanput nije negativno predstavljen na televizijama sa nacionalnom frekvencijom (RTS, Pink, Hepi, Prva, B92) (Beta 2021). O nadmoći predstavnika vlasti u medijskom prostoru svedoči i činjenica da su mediji sa nacionalnom frekvencijom u udarnom terminu tokom vanrednog stanja izazavnog pandemijom kovida (od 16:30) u 91% slučajeva izveštavali o predstavnicima vlasti (Jovanović 2020, 74).

Robert Mihels, Vilfredo Pareto i Gaetano Moska ukazuju na činjenicu da u partijama vlada stroga hijerarhija koja se može posmatrati i kao piramida na čijem vrhu se nalazi partijski lider (Orlović 2014). Statut Srpske napredne stranke prema kome predsednik stranke skupštini predlaže svih 300 kandidata za članstvo u Glavnom odboru govori u prilog teze o moći lidera partija (Spasojević, Stojiljković 2020, 150). Primeri Srpske radikalne stranke, Srpskog pokreta obnove, Lige socijaldemokrata Vojvodine, Liberalno demokratske partije, Nove Srbije i Jedinstvene Srbije

koje od svog osnivanja nisu menjale predsednika upućuju na značaj lidera u srpskom partijskom sistemu (Spasojević, Stojiljković 2020, 168). Pored toga, čak 83% građana Srbije smatra da "samo partija sa jakim liderom može da formira jaku i čvrstu vladu" (Spasojević, Stojiljković 2019, 169). Osim toga, pozitivan stav o političkim liderima pozitivno utiče na veću izlaznost kao i na pozitivnije mišljenje o partijama tih lidera (Todosijević, Pavlović 2020, 205).

Cilj istraživanja je da utvrdi koji prediktori imaju najveću eksplanatornu moć u pogledu glasanja za Srpsku naprednu stranku. SNS predstavlja predmet ovog istraživanja budući da se radi o partiji koja u kontinuitetu od 2012. godine vrši vlast u Srbiji i koja u poređenju sa ostalim strankama uživa najveću podršku građana. *Prva hipoteza* je da sociodemografski pristup neće imati veliku eksplanatornu moć u slučaju objašnjavanja glasanja za Srpsku naprednu stranku. *Druga hipoteza* je da će modeli vezani za medijsku sferu i za političke stavove građana imati veću eksplanatornu moć od sociodemografskog modela. *Treća hipoteza* je ta da će model koji je vezan za uticaj lidera na biračko opredeljenje imati najveću eksplanatornu moć.

Metodologija

Uzorak i procedura

Istraživanje je sprovedeno na reprezentativnom slučajnom uzorku stanovnika Srbije (N = 1800, 51% žene). Ispitani su stanovnici četiri statistička regiona: Vojvodina (n = 490); Beograd; (n = 422); Zapadna Srbija i Šumadija (n = 593) i Istočna i Južna Srbija (n = 295). Prosek godina ispitanika je 48, raspon godina je između 18 i 79 (M = 48). Prikupljanje podataka je sprovedeno pomoću upitnika konstruisanog od strane istraživačkog tima Univerziteta u Ohaju u sklopu projekta "Comparative National Elections Project" (The Ohio State University 2021). Podaci su prikupljeni tokom jula 2020. godine.

Instrumenti i varijable

Zavisnu, kriterijumsku varijablu u istraživanju predstavlja privrženost Srpskoj naprednoj stranci. Varijabla je merena pitanjem u okviru kog su ispitanici označavali prema kojoj od ponuđenih stranaka ili koalicija koje su učestvovala na parlamentarnim izborima 2020. godine ili su ih bojktovala osećaju privrženost. Mogli su da označe samo jednu stranku ili koaliciju. Broj ispitanika koji je označio privrženost sa Srpskom naprednom strankom je 605. Ukupno 951 ispitanik nije označio privrženost ni prema jednoj stranci.

Upitnikom su prikupljeni podaci koji su se odnosili na sociodemografske karakteristike ispitanika. Podaci su se odnosili na pol, starost, obrazova-

nje, nivo prihoda, region (Vojvodina, Beograd, Zapadna Srbija i Šumadija i Istočna i Južna Srbija), tip naselja (ruralno, prigradsko i urbano), rad u privatnom vs državnom sektoru. Obrazovni nivo je meren pomoću 10 ponuđenih opcija (1. bez osnovne škole 2. nepotpuno osnovno obrazovanje 3. najviše završena osnovna škola, 4. srednjoškolsko obrazovanje (trogodišnje), 5. srednjoškolsko obrazovanje (četvorogodišnje), 6. viša škola, 7. akademsko obrazovanje (fakultet) – osnovne studije, 8. akademsko obrazovanje (fakultet) – magistratura, 9. akademsko obrazovanje (fakultet) – master, 10. akademsko obrazovanje (fakultet) – doktorske studije). Ova varijabla je potom rekodirana u 3 varijable, nisko obrazovanje ($n = 620$) – grupisanjem prve, druge i treće opcije, srednje obrazovanje ($n = 879$) – grupisanjem četvrte i pete opcije i visoko obrazovanje ($n = 293$) – grupisanjem šeste, sedme, osme, devete i desete opcije. Sedam ispitanika ($n = 7$) se nije izjasnilo po pitanju obrazovanja. Podaci vezani za prihod dobijeni su tako što su ispitanici označavali kojoj kategoriji prihoda pripada njihova prošlomesečna zarada. Bilo je ukupno 14 kategorija (1. manje od 10.000 rsd, 2. 10.000-19.999, 3. 20.000-29.999, 4. 30.000-39.999, 5. 40.000-49.999, 6. 50.000 – 59.999, 7. 60.000 – 69.999, 8. 70.000 – 79.999, 9. 80.000 – 89.999, 10. 90.000 – 99.999, 11. 100.000-120.000, 12. 121.000 – 150.000, 13. 151.000 – 200.000, 14. više od 201.000 rsd. Broj ispitanika koji se nisu izjasnili o visini svojih prihoda bilo je 431 ($n = 431$). Ovih 14 kategorija je ravnomernom raspodelom pretvoreno u 3 nove varijable: nizak prihod ($n = 554$), srednji prihod ($n = 465$) i visoki prihod ($n = 350$).

Ispitanici su označili koji televizijski program su u svrhu političkog informisanja u prethodna 3 meseca najviše gledali. Ispitanici su se opredelili za jednu od 9 opcija : 1. RTS , 2. Happy, 3. N1, 4. Nova S, 5. B92, 6. Pink, 7. Prva, 8. Lokalni ili regionalni informativni program, 9. Drugi televizijski kanal, dopišite ime. Svaka opcija je rekodirana u posebnu dihotomnu varijablu, odnosno da li ispitanici gledaju ili ne gledaju: RTS ($N = 500$), Happy ($N = 49$), N1 ($N = 247$), Nova S ($N = 40$), B92 ($N = 44$), Pink ($N = 273$), Prva ($N = 178$), osma i deveta opcija su spojene u jednu varijablu – ostali kanali ($N = 31$). Broj ispitanika koji se nije izjasnio o najčešće gledanom televizijskom programu u svrhu političkog informisanja je 438 ($n = 438$).

U cilju otkrivanja korelacije između političkih stavova građana i izbornog ponašanje korišćeni su podaci o stavovima o izbornom procesu 2020. godine, o rasprostranjenosti korupcije u politici, o stanju demokratije u Srbiji, stanju ekonomije u Srbiji tokom poslednjih 12 meseci, a izmerena je i autoritarnost ispitanika. Stavovi o *izbornom procesu* mereni su preko pitanja u okviru kog su ispitanici izbore mogli da ocene kao: 1. slobodne i poštene, 2. slobodne i poštene sa većim problemima, 3. slobodne i poštene sa manjim problemima i 4. potpuno slobodne i poštene. Ova varijabla je zatim rekodirana u četiri dihotomne varijable, odnosno za svakog ispitanika je postojao podatak da li se slaže ili ne slaže da su izbori bili: neslobodni ($N_{\text{slažem se}} = 478$); slobodni, sa velikim problemima

($N_{\text{slažem se}} = 164$); slobodni, sa malim problemima ($N_{\text{slažem se}} = 468$); potpuno slobodni ($N_{\text{slažem se}} = 438$). Broj ispitanika koji se nije izjasnio o karakteru izbornog procesa je 251. Stavovi ispitanika o *rasprostranjenosti korupcije u politici* dobijeni su pomoću pitanja gde je moguće bilo zaokružiti jedan od sledećih odgovora: 1. gotovo da nema korupcije, 2. malo je ima, 3. prilično je rasprostranjena i uobičajna, 4. veoma je rasprostranjena i uobičajna. Potom je na osnovu četiri ponuđenih opcija u ovom pitanju načinjeno četiri nove dihotomne varijable: 1. nema korupcije u politici ($N = 51$), 2. malo je korupcije u politici ($N = 512$), 3. korupcija je uobičajna u politici ($N = 575$), 4. korupcija je veoma uobičajna u politici ($N = 581$). Ukupno 81 ispitanik se nije izjasnio o rasprostranjenosti korupcije u politici. Ispitanici su ocenili *demokratiju u Srbiji* na sledeći način: 1. demokratija u punom kapacitetu, 2. demokratija, sa manjim problemima, 3. demokratija, sa velikim problemima, 4. nema demokratije. Od ovog su potom rekoridaranjem stvorene 3 varijable: 1. potpuna demokratija ($N = 134$), 2. demokratija, sa problemima ($N = 1142$), 3. nema demokratije ($N = 358$). Ukupno 99 ispitanika nije ocenilo demokratiju u Srbiji. Ispitan je i stav o *stanju ekonomije u proteklih 12 meseci*, a ponuđene su sledeće opcije: 1. znatno je lošija, 2. nešto je lošija, 3. ostala je ista, 4. nešto je bolja, 5. mnogo je bolja. Potom su rekoridanjem napravljene 3 varijable: 1. ekonomija je u lošijem stanju – spajanjem 1. i 2. opcije ($N = 727$), 2. ekonomija je nepromenjena ($N = 707$), 3. ekonomija je u boljem stanju – spajanjem 4. i 5. opcije ($N = 324$). *Autoritarnost* kod ispitanika je merena pomoću pitanja o najpoželjnijem političkom uređenju gde su ponuđene sledeće opcije: 1. demokratija je bolja od bilo kog drugog oblika vladavine, 2. u određenim trenucima, autoritarni režim, diktatura može biti bolji od demokratije, 3. za ljude kao što sam ja, svi režimi su isti. Ukupno 100 ispitanika u ovom slučaju nije pružilo odgovor. Potom je stvorena nova varijabla autoritarnost, koja se odnosila na to da li su ispitanici odabrali opciju 2 ($N = 424$) ili nisu.

Stavovi ispitanika o slobodi medija mereni su pitanjem sa sledećim opcijama: 1. nema slobodnih medija, 2. delimično slobodni mediji, sa značajnim problemima, 3. delimično slobodni mediji, sa manjim problemima, 4. potpuno slobodni mediji. Kreirane su četiri varijable rekodiranjem prethodne i tako su dobijene sledeće dihotomne varijable: 1. nema slobodnih medija ($N = 424$), 2. delimično slobodni mediji sa ozbiljnim problemima ($N = 433$), 3. delimično slobodni mediji sa manjim problemima ($N = 473$) i 4. mediji su slobodni ($N = 320$). Broj neizjašnjenih ispitanika o slobodi medija je 150 ($N = 150$).

Za merenje uticaja lidera na opredeljenje birača korišćena je varijabla mišljenje o Aleksandru Vučiću, koja je ispitana pomoću jedanaestostepene skale o mišljenja o političkim liderima (0 – veoma negativno, 5 – neutralno, 10 – veoma pozitivno). Ukupno 1719 ispitanika je dalo svoje mišljenje o predsedniku SNS-a i Srbije Aleksandru Vučiću, dok 81 ispitanik to nije učinio ($n = 81$), prosečna ocena Vučića je 5,73 ($SD = 3,74$).

Rezultati

Za merenje uspešnosti *sociodemografskog* pristupa u objašnjavanju izbornog ponašanja, tj. glasanja za Srpsku naprednu stranku korišćena je binarna logistička regresiona analiza. Statistički značajne varijable su: nisko obrazovanje ($B = 2.201$, $p < 0.01$), srednje obrazovanje ($B = 0.735$, $p < 0.05$), Zapadna Srbija i Šumadija ($B = 1.279$, $p < 0.01$) i Vojvodina ($B = 0.973$, $p < 0.05$). Podaci ukazuju da niže i srednje obrazovani imaju 9, odnosno 2 puta veće šanse da glasaju za Srpsku naprednu stranku od visoko obrazovanih. Pored toga, stanovnici Zapadne Srbije i Šumadije, tj. Vojvodine su 3,5 odnosno 2,5 puta skloniji glasanju za SNS. Ovaj pristup ima određenu eksplanatornu moć budući da objašnjava skoro petinu glasova za Srpsku naprednu stranku (R^2 Nagelkerke = 16.8). Međutim, predviđanje glasanja za Srpsku naprednu stranku se može učiniti i posredstvom drugih modela čija će eksplanatorna moć u nastavku biti ispitana. Sociodemografske varijable će u budućim modelima ostati u svrhu kontrole.

Tabela 1: Binarna logistička regresiona analiza sociodemografskih karakteristika i glasanja za Srpsku naprednu stranku – Logit

Varijable	B (S.E.)
Konstanta	0.647 (0.551)
Nisko obrazovanje	2.201*** (0.475)
Srednje obrazovanje	0.735** (0.312)
Muškarci	-0.243 (0.263)
Starost	-0.007 (0.011)
Nizak prihod	0.098 (0.364)
Srednji prihod	-0.171 (0.287)
Državni sektor	0.510 (0.307)
Zapadna Srbija i Šumadija	1.279*** (0.376)
Istočna i južna Srbija	0.507 (0.420)
Vojvodina	0.973** (0.386)
Ruralno	-0.487 (0.297)
Prigradsko	-0.243 (0.413)
R^2 Nagelkerke	0.168

*** $p < 0.01$ ** $p < 0.05$ * $p < 0.1$ S.E. označava standardnu grešku regresionog koeficijenta

Za merenje uspešnosti medija u predviđanju glasanja za Srpsku naprednu stranku je takođe izvršena binarna logistička regresiona analiza. U ovom modelu došlo je do određenih promena u pogledu sociodemografskih varijabli budući da srednje obrazovanje više nije statistički značajna varijabla dok su varijable nisko obrazovanje ($B = 1.816$, $p < 0.01$), Zapadna Srbija i Šumadija ($B = 1.174$, $p < 0.05$) i Vojvodina ($B = 1.253$, $p < 0.05$) su zadržale statističku značajnost. Statistički značajne varijable vezane za medije su RTS ($B = 1.642$, $p < 0.1$), TV Pink ($B = 2.604$, $p < 0.05$), TV

Happy ($B = 2.443$, $p < 0.05$) i Prva ($B = 1.786$, $p < 0.1$). Dakle, šansa glasanja za Srpsku naprednu stranku je 13,5 puta veća ukoliko je TV Pink primarno sredstvo političkog informisanja, 11,5 puta ukoliko je to TV Happy, odnosno 5,9 ili 5,1 puta veća ukoliko je reč o TV Prva, tj. RTS-u. Eksplanatorna moć ovog modela je značajna budući da on objašnjava 2/5 glasova za Srpsku naprednu stranku (R^2 Nagelkerke = 0.403). Kada ovaj model uporedimo sa prethodnim, *sociodemografskim* modelom (Tabela 1) uočavamo da se eksplanatorna moć povećala za gotovo 2,5 puta.

Tabela 2: Binarna logistička regresiona analiza uticaja TV kanala na glasanje za Srpsku naprednu stranku - Logit

Varijable	B (S.E.)	B(S.E.)
Konstanta	0.647 (0.551)	-1.143(1.177)
Nisko obrazovanje	2.201*** (0.475)	1.816*** (0.544)
Srednje obrazovanje	0.735** (0.312)	0.711(0.386)
Muško	-0.243 (0.263)	-0.053(0.326)
Godine	-0.007(0.011)	-0.015(0.014)
Nizak prihod	0.098(0.364)	-0.349(0.435)
Srednji prihod	-0.171(0.287)	-0.236(0.359)
Državni sektor	0.510(0.307)	0.303(0.370)
Zapadna Srbija i Šumadija	1.279*** (0.376)	1.174** (0.458)
Istočna i južna Srbija	0.507(0.420)	0.602(0.514)
Vojvodina	0.973** (0.386)	1.253** (0.497)
Ruralno	-0.487(0.297)	-0.780(0.360)
Prigradsko	-0.243(0.413)	-0.532(0.487)
RTS		1.642*(0.958)
Pink		2.604** (1.007)
Happy		2.443** (1.199)
N1		-0.771(1.004)
NovaS		0.392(1.354)
B92		-0.447(1.199)
Prva		1.786*(0.973)
R^2 Nagelkerke	0.168	0.403

*** $p < 0.01$ ** $p < 0.05$ * $p < 0.1$ S.E. označava standardnu grešku regresionog koeficijenta

U svrhu merenja uspešnosti modela vezanog za političke stavove ispitanika u objašnjavanju glasanja za Srpsku naprednu stranku je takođe primenjena binarna logistička regresiona analiza. Statistički značajne sociodemografske varijable u ovom modelu su nisko obrazovanje ($B = 2.154$, $p < 0.01$), starost ($B = -0.072$, $p < 0.01$), državni sektor ($B = 1.396$, $p < 0.01$). Statički značajne varijable vezane za političke stavove ispitanika su potpuno slobodni izbori ($B = 3.480$, $p < 0.01$), slobodni izbori sa malim problemima ($B = 3.099$, $p < 0.01$), mediji delimično slobodni sa malim problemima ($B = 1.380$, $p < 0.05$), mediji delimično slobodni sa velikim problemima ($B = 1.380$, $p < 0.05$), mediji delimično slobodni sa velikim problemima ($B = 1.380$, $p < 0.05$).

=1.462, $p < 0.05$), korupcija uobičajna ($B = 1.485$, $p < 0.05$) i autoritarnost ($B = 1.183$, $p < 0.05$). Šanse su 32, tj. 22 puta veće da će glas pripasti SNS-u ukoliko je podržan stav da su izbori potpuno slobodni ili slobodni uz manje probleme. Kada je u pitanju sloboda medija, šanse glasanja za Srpsku naprednu stranku su 3,9, tj. 4,3 puta veće ukoliko je ispitanik stava da su mediji delimično slobodni, sa manjim problemima ili delimično slobodni, sa većim problemima. Stav o korupciji kao uobičajnoj pojavi uvećava šanse glasanja za SNS za 4,4 puta dok autoritarnost povećava šanse za 3,2 puta. Eksplanatorna moć ovog modela je velika budući da on objašnjava više od 3/5 glasova za Srpsku naprednu stranku (R^2 Nagelkerke = 0.679). Kada uporedimo *kognitivni* model sa prethodna dva modela, *socidemografskim* i *medijskim* (Tabela 1 i 2) jasno uočavamo porast eksplanatorne moći.

Tabela 3: Binarna logistička regresiona analiza stavova građana i glasanja za SNS – Logit

Varijable	B (S.E.)	B(S.E.)
Konstanta	0.647 (0.551)	-2.017(1.171)
Nisko obrazovanje	2.201*** (0.475)	2.154*** (0.729)
Srednje obrazovanje	0.735*(0.312)	0.763(0.530)
Muško	-0.243 (0.263)	-0.152(0.438)
Godine	-0.007(0.011)	-0.072*** (0.022)
Nizak prihod	0.098(0.364)	-0.598(0.565)
Srednji prihod	-0.171(0.287)	-0.413(0.477)
Državni sektor	0.510(0.307)	1.396** (0.544)
Zapadna Srbija i Šumadija	1.279** (0.376)	-0.323(0.638)
Istočna i južna Srbija	0.507(0.420)	0.686(0.752)
Vojvodina	0.973** (0.386)	1.091(0.755)
Ruralno	-0.487(0.297)	-0.460(0.492)
Prigradsko	-0.243(0.413)	-0.371(0.608)
Potpuno slobodni izbori		
Slobodni izbori, sa malim problemima		3.480*** (0.720)
Slobodni izbori, sa velikim problemima		3.099*** (0.622)
Mediji su slobodni		1.045(0.779)
Del. slobodni mediji-manji problemi		1.422(0.868)
Del. slobodni mediji-značajni problemi		1.380** (0.678)
Nema korupcije u politici		1.462** (0.654)
Malo korupcije u politici		2.784(1.745)
Korupcija je uobičajna u politici		1.196(0.741)
Demokratija u punom kapacitetu		1.485** (0.656)
Demokratija sa problemima		19.472(6957.945)
Autoritarnost	0.168	0.059(0.794)
Ekonomija je u boljem stanju		1.183** (0.502)
Ekonomija -je nepromenjena		1.044(0.646)
R^2 Nagelkerke		0.327(0.496)
		0.679

***p < 0.01 **p < 0.05 *p < 0.1 S.E. označava standardnu grešku regresionog koeficijenta

Za merenje uticaja lidera SNS-a i predsednika Srbije Aleksandra Vučića primenjena je binarna logistička regresiona analiza. Statistički značajne sociodemografske varijable u ovom modelu su nisko obrazovanje ($B = 1.670$, $p < 0.05$), starost ($B = -0.063$, $p < 0.01$). Varijabla vezana za mišljenje o predsedniku SNS-a i Srbije je statistički značajna ($B = 1.116$, $p < 0.01$). Podaci izvedeni iz ovog modela nam govore da se šansa glasanja za SNS uvećava za 3 puta za svaki podeok na skali kojom se meri mišljenje o Aleksandru Vučiću. Dakle, ukoliko je mišljenje o predsedniku SNS-a veoma pozitivno (10 na skali), šansa glasanja za Srpsku naprednu stranku je 30 puta veća. Eksplanatorna moć ovog modela je ogromna budući da se njime objašnjava gotovo 4/5 glasova za SNS. Ovaj model poseduje najveću eksplanatornu moć u poređenju sa svim prethodnim modelima (Tabela 1, 2 i 3).

Tabela 4: Binarna logistička regresiona analiza stava o predsedniku Srbije i Srpske napredne stranke Aleksandru Vučiću i glasanja za SNS – Logit

Varijable	B (S.E.)	B(S.E.)
Konstanta	0.647 (0.551)	-4.376(1.419)
Nisko obrazovanje	2.201*** (0.475)	1.670**(0.756)
Srednje obrazovanje	0.735*(0.312)	0.580(0.619)
Muško	-0.243 (0.263)	-0.651(0.023)
Godine	-0.007(0.011)	-0.063*** (0.023)
Nizak prihod	0.098(0.364)	-0.852(0.631)
Srednji prihod	-0.171(0.287)	-0.123(0.540)
Državni sektor	0.510(0.307)	0.690(0.596)
Zapadna Srbija i Šumadija	1.279**(0.376)	-0.156(0.719)
Istočna i južna Srbija	0.507(0.420)	0.343(0.793)
Vojvodina	0.973**(0.386)	0.749(0.797)
Ruralno	-0.487(0.297)	-0.601(0.516)
Prigradsko	-0.243(0.413)	-0.890(0.767)
Mišljenje o Aleksandru Vučiću		1.116*** (0.152)
R ² Nagelkerke	0.168	0.785

***p < 0.01 **p < 0.05 *p < 0.1 S.E. označava standardnu grešku regresionog koeficijenta

Diskusija

U okviru ovog rada testirana su četiri modela predikcije glasačkog opredeljivanja za Srpsku naprednu stranku: sociodemografski model, kognitivni (stavski model), medijski model i liderski model. U okviru svakog modela ispitano je da li i u kojoj meri različiti prediktori objašnjavaju glasanje za SNS. Testiranje modela koji sadrži socio-demografske varijable pokazalo je da je jedino varijabla nisko obrazovanje u svim modelima (Tabela 1, 2, 3 i 4) u kontinuitetu imala statističku značajnost. Ovaj

nalaz govori da Srpska napredna stranka ima stabilnu podršku među niže obrazovanim stanovništvom. Ovakav zaključak upućuje na određenu pravilnost kod biračkog tela budući da su istraživanja sa početka 90ih godina ukazivala da niže obrazovano stanovništvo naginje ka provladinoj orijentaciji (Milošević 1997, 282). Uzimajući u obzir da je socidemografski model (Tabela 1) u poređenju sa ostalim modelima (Tabela 2, 3 i 4) imao najmanju eksplanatornu moć, potvrđena je prva hipoteza.

Model koji je ispitivao da li informisanje o političkim dešavanjima posredstvom različitih televizija može da objasni političke preferencije povrh sociodemografskih varijabli (Tabela 2) je pokazao da se na osnovu praćenja svih televizija sa nacionalnom frekvencijom, osim B92, može predviđati glasanje za SNS. Mogući razlog zašto varijabla B92 nije statički značajna leži u činjenici da je svega 44 ispitanika označilo ovu televiziju kao najčešći izvor političkog informisanja. Čini se da je nadmoć vlasti u medijskoj predstavljenosti (praćeno pozitivnim tonalitetom) na kanalima sa nacionalnom pokrivenošću dovela do toga da gledanje ovih kanala u svrhu političkog informisanja uspešno predviđa glasanje za SNS.

Budući da je SNS vladajuća stranka, očekivano je da će njeni birači imati stav da su izbori i mediji slobodni, sa manjim ili većim problemima (Tabela 3). Ovaj podatak je u skladu sa ranije pomenutim nalazima Bešića o stavu glasaša SNS-a da je izborni proces u Srbiji demokratski (Bešić 2020, 11). Pored toga potvrđen je i njegov prethodni nalaz o izraženoj autoritarnosti birača SNS-a, budući da je i u ovom istraživanju autoritarnost bila statistički značajan prediktor glasanja za SNS. Nalaz o povezanosti stava da je korupcija u politici uobičajna i glasanja za SNS može se tumačiti u skladu sa kontinuiranim niskim poverenjem građana u skupštinu Srbije i političare na koje ukazuju i drugi autori (Spasojević, Stojiljković 2020). Veća eksplanatorna moć ovog i prethodnog modela (Tabela 2 i 3) od socidemografskog modela (Tabela 1) potvrđuje i drugu hipotezu.

Najveću eksplanatornu moć ima poslednji model (Tabela 4) koji se odnosi na povezanost pozitivnog mišljenja o lideru SNS-a i predsedniku Srbije Aleksandru Vučiću i glasanja za tu stranku. I ovaj nalaz može se tumačiti sa prikazanim studijama u kojima je ukazivano na značaj lidera u današnjoj politici u Srbiji. Ovim je potvrđena i poslednja, treća hipoteza. Svrishodno bi bilo izraditi istraživanje o značaju lidera za određivanje birača za ostale političke partije u Srbiji, kao i ispitati činioce pozitivnog mišljenja o lideru stranke. Osim toga, treba imati na umu da u nekom od narednih ispitivanja treba prevazići ograničenje ovog upitnika koje se ogleda u činjenici da nije direktno postavljeno pitanja za koga bi glasali, već je ispitana privrženost nekoj od političkih opcija.

Voting predictors for Serbian Progressive Party

Abstract

▼ In this research voting predictors for the Serbian Progressive Party have been examined. It is of special interest to identify the factors of preferences for this political party given the fact that from 2012 this party holds the reigns of executive power in Serbia, that is it has never lost an election and became a part of the opposition. With the implementation of binary logistic regression explanatory power of several variables which were separated into four models (social-demographic; cognitive; media and leader models) were tested and quantified. Analyzed data stem from a survey which was done by a representative random sample of 1800 participants in 2020 as a part of a University in Ohio's project named „Comparative National Elections Project“. The research has shown that the leader model has the greatest explanatory power, that is a positive opinion about the leader of the Serbian Progressive Party explains the best a vote for that party. Model in which political stances (perception about the state of the economy, democracy, corruption, electoral process, and autocracy) and most-watched media (television programs with national frequency) were examined have somewhat less albeit still significant explanatory power. The social-demographic model has the least explanatory power, and low education is the strongest predictor of this model.

Key words

▼ voting behaviour, voting motivation, elections, serbian progressive party (SNS) – Aleksandar Vučić

Literatura

- Bešić, Miloš. 2020. "Vrednosne orijentacije i partijske preferencije u Srbiji" *Trideset godina obnovljenog višepartizma u Srbiji – (ne)naučene lekcije*: 175-197
- Beta. 2021. „BIRODI: Vučić na nacionalnim frekvencijama pozitivno predstavljen skoro 83 odsto vremena.“ <https://beta.rs/vesti/vesti-drustvo/142306-birodi-vucic-na-nacionalnim-frekvencijama-pozitivno-predstavljen-skoro-83-odsto-vremena> – pristupljeno 24.05. 2022.
- DellaVigna, Stefano i Kaplan Ethan. 2007. "The Fox News Effect: Media Bias and Voting." *The Quarterly Journal of Economics*: 1187 – 1234.
- Milošević, Jasna. 1997. „Osnovni pristupi u proučavanju izbornog ponašanja.“ *Psihologija* 3:279-294
- Orlović, Slaviša. 2014. "Liderstvo u političkim partijama." *Politička sociologija savremenog društva*: 356-370.
- Schulz, Winfried. 2011. "Mediji u izornoj kampanji." *Menadžment političke komunikacije*: Beograd: 85 – 160.
- Slavujević, Zoran. 2009. *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*: Beograd
- Spasojević, Dušan i Stojiljković Zoran. 2020. *Između uverenja i interesa: ideologije i organizacije stranaka u Srbiji*. Beograd: Edicija Reč.

- Šiber, Ivan. 2003. „Tri klasična pristupa u istraživanju ponašanja birača.“ *Politička misao XL*, br. 2: 88-103.
- The Ohio State University. 2021. “Comparative National Elections Project” <https://u.osu.edu/cnep/> – pristupljeno 24.05.2022.
- Todosijević, Bojan i Pavlović Zoran. 2020. *Pred glasačkom kutijom: politička psihologija izbornog ponašanja u Srbiji*. Beograd: Institut društvenih nauka.