

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG



CENTAR ZA
DEMOKRATIJU



ZAŠTO GLASAM KAKO GLASAM AKO UOPŠTE GLASAM

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCIJE

FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG



CENTAR ZA
DEMOKRATIJU



ZAŠTO GLASAM KAKO GLASAM AKO UOPŠTE GLASAM

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCIJE

ZBORNIK RADOVA SA KONFERENCIJE ZAŠTO GLASAM, KAKO GLASAM, AKO UOPŠTE GLASAM

IZDAVAČ

FRIEDRICH EBERT STIFTUNG
Dositejeva 51, 11 000 Beograd

ZA IZDAVAČA

Ana Manojlović

UREDNIK

Zoran Stojiljković

AUTORI

Zoran Slavujević
Zoran Stojiljković
Milan Jovanović
Zagorka Golubović
Jasminka Dulić
Srećko Mihailović
Boriša Aprcović
Vladimir Vuletić
Dragan Stanojević
Jovan Komšić
Slobodan Antonić
Ksenija Marković
Siniša Atlagić
Olivera Komar
Jelena Žegarac
Ana Stojiljković
Bojan Klačar
Senka Ignjatović
Slaviša Orlović
Dušan Spasojević

LEKTURA I KOREKTURA

Tamara Petrović

DIZAJN I PRIPREMA ZA ŠTAMPU

Marko Zakovski

ŠTAMPA

Grafolik, Beograd

TIRAŽ

300 komada

ISBN 978-86-83767-36-6

BEOGRAD, 2012. GODINE

SADRŽAJ

UVODNE NAPOMENE	5
ČINIOCI I DETERMINANTE IZBORNE ODLUKE	7
ZORAN SLAVUJEVIĆ O ČINIOCIMA KOJI OPREDELJUJU IZBORNU ODLUKU – UOPŠTE I KONKRETNO	9
ZORAN STOJILJKOVIĆ IZBORNA ODLUKA	19
NORMATIVNI I POLITIČKO-KULTURNI KORELATI IZBORNOG PONAŠANJA	33
MILAN JOVANOVIĆ IZBORNI SISTEM I OPREDELJIVANJE BIRAČA	35
ZAGORKA GOLUBOVIĆ REFORMA IZBORNOG SISTEMA	43
JASMINKA DULIĆ DIMENZIJE POLITIČKE KULTURE I STRANAČKE PREFERENCIJE	47
SREČKO MIHAILOVIĆ PREDIZBORNA PATOLOGIJA	59
BORIŠA APRCOVIĆ ODGOVORNO GLASANJE I GRAĐANSKO OBRAZOVANJE	67
JAVNE POLITIKE U IZBORNOJ PONUDI	77
VLADIMIR VULETIĆ I DRAGAN STANOJEVIĆ IDEOLOŠKI PROFIL SRPSKIH POLITIČKIH STRANAKA	79
JOVAN KOMŠIĆ RAZUMEVANJE DRŽAVE I DECENTRALIZACIJE NA POLITIČKOM TRŽIŠTU SRBIJE	91
SLOBODAN ANTONIĆ EVROSKEPTICIZAM KAO ČINILAC IZBORNOG OPREDELJENJA	107
KSENIJA MARKOVIĆ POLOŽAJ MLADIH U POLITICI I POLITIKA MEĐU MLADIMA	115
PARTIJSKA IDENTIFIKACIJA I SOCIJALNI IDENTITETI	127
SINIŠA ATLAGIĆ IZBORNA PONUDA U SVETLU MIČIGENSKE PARADIGME IZBORNOG PONAŠANJA: OSVRT PRED IZBORE U SRBIJI 2012.	129
OLIVERA KOMAR GLASAČKI LISTIĆ: IZJAVA O SOCIJALNOM IDENTITETU U CRNOJ GORI?	137
JELENA ŽEGARAC SOCIODEMOGRAFSKI PRISTUP IZUČAVANJA IZBORNOG PONAŠANJA U SRBIJI	149
IZBORNA KAMPANJA I IZBORNA ODLUKA	161
ANA STOJILJKOVIĆ DA LI SE IZBORNE KAMPANJE ISPLATE?	163
BOJAN KLAČAR KO NAS INFORMIŠE U IZBORNOJ KAMPANJI: PARTIJE ILI MEDIJI?	171
SENKA IGNJATOVIĆ KORIŠĆENJE INTERNETA U IZBORNOJ KAMPANJI U SRBIJI 2012. GODINE	181
IZBORNA PARTICIPACIJA I APSTINENCIJA	195
SLAVIŠA ORLOVIĆ IZLAZNOŠT NA IZBORIMA – IZMEĐU PARTICIPACIJE I REPREZENTACIJE	197
DUŠAN SPASOJEVIĆ PARAKAMPANJE – KAMPANJE NA OBODU IZBORNIH KAMPANJA	211
SEEKING FOR THE SOLUTION TO THE ELECTORAL PUZZLE	221

U TRAGANJU ZA ODGONETKOM IZBORNE SLAGALICE

Pred đurđevdanske izbore 2012. godine, Fondacija Fridrih Ebert i Centar za demokratiju Fakulteta političkih nauka u Beogradu, organizovali su, 23. aprila, raspravu sa indikativnim naslovom – pitanjem: Zašto glasam, kako glasam, ako uopšte i glasam?

Odgovor na ovo naoko jednostavno pitanje, odnosno traganje za rešenjem složene izborne jednačine sa više nepoznatih koja se postavlja pred svakog birača predstavlja, međutim, jedno od najsloženijih pitanja političke sociologije i istraživanja izbornog ponašanja.

U raspravi, u traganju za celovitim i iscrpnim odgovorom, je učestvovalo preko 30 učesnica i učesnika. Pored već afirmisanih istraživača i analitičara političkih fenomena svoj prilog odgonetanju izborne slagalice dao je i veliki broj istraživača iz najmlađe generacije, od kojih je nekima prilog u ovom zborniku i prvi objavljeni rad, na šta smo kao organizatori i veoma ponosni.

U polaznom, problemskom pristupu činilo nam se metodski najprimerenijim korišćenje modela levka u kome se od najšireg tematskog okvira ide ka užim problemskim krugovima i konkretnim pitanjima.

Strukturu skupa, kao i 19 priloga u ovom zborniku, smo zato situirali u šest tematskih oblasti – koncentričnih krugova.

Prvo, ključno polje istraživanja, ujedno i strateško polje analize u psefologiji – relativno mladoj disciplini posvećenoj studiju izbornog ponašanja, svakako predstavlja samo traganje kako za širim normativno-institucionalnim, socijalnim i političko-kulturnim razlozima, tako i neposrednim faktorima, čak i, konjunktornim činiocima donošenja izborne odluke.

Na ovaj izazov nastoje da odgovore radovi Zorana Slavujevića i Zorana Stojiljkovića.

Propitivanju širih normativnih pretpostavki, pre svega uticaju izbornog zakonodavstva, kao i vrednosnim i političko-kulturnim korelatima donošenja izborne odluke posvećeni su radovi Milana Jovanovića, Zagorke Golubović, Jasminke Dulić, Srećka Mihailovića i Boriše Aprcovića.

Treći problemski krug čini priroda i sadržaj političke ponude, ali i (ne)adekvatne potražnje na političkom tržištu – njihove interesne raznovrsnosti i (ne)razvijene organizacijske infrastrukture. Prvu grupu pitanja čine dileme oko programskih prioriteta, primera radi na izborima 2012. godine izraženih kroz dominaciju ekonomskih tema, kao i obima raznovrsnosti i dubine razlika u ponuđenim rešenjima između 18 lista za parlamentarne i 12 kandidata na predsedničkim izborima. Drugu grupu pitanja čine kontroverze oko strukture efektivnog biračkog tela – njegove vrednosne i socijalne razuđenosti i formirane lestvice prioriteta birača, posebno kada se radi o ključnim pitanjima stava prema (de)centralizaciji, evropskim integracijama i politici prema mladima.

Radi se, jednostavno o odgovorima na pitanja **šta građani traže (očekuju, priželjkuju, ili čega se plaše i pribojavaju), a šta im se i sa koliko uverljivosti i međusobnih nijansi nudi.**

U ovom zborniku ovim pitanjima su posvećeni radovi Vladimira Vuletića i Dragana Stanojevića, Jovana Komšića, Slobodana Antonića i Ksenije Marković.

Četvrtom, rekli bismo centralnom, polju istraživanja – razmatranju nivoa raširenosti, razvijenosti i koherentnosti (1) ideoloških orijentacija i (2) stranačkih preferencija i identifikacija građanki i građana Srbije – **studiju njihovih socijalnih i (ne)razvijenih partijsko-političkih i vrednosnih i ideoloških profila**, pripadaju radovi Siniše Atlagića, Olivera Komar i Jelene Žegarac.

Petu, u medijima i javnosti izuzetno prisutnu i atraktivnu, ali i teorijsko – analitički veoma spornu oblast istraživanja, čine dileme oko učinkovitosti i „isplativosti“ izborne kampanje. Delovanjem i uticajem kampanje na izbornu odluku birača bave se radovi Ane Stojiljković, Senke Ignjatović i Bojana Klačara.

Najzad, šesti, zaključni deo zbornika (tekstovi Slaviše Orlovića i Nenada Čelarevića i Dušana Spasojevića) čini analiza **političkog kapitala građana** – njihove političke (de)motivisanosti, (ne)znanja i (ne)razvijenih stavova o politici, formalnih i neformalnih mreža uticaja i ostvarene političke i šire socijalne participacije, uključiv, na drugoj strani, i analizu razloga političke i izborne apstinencije.

Rečju, radi se nažalost u Srbiji o dilemama o razlozima dominantne političke pasivnosti i nemoći građanki i građana.

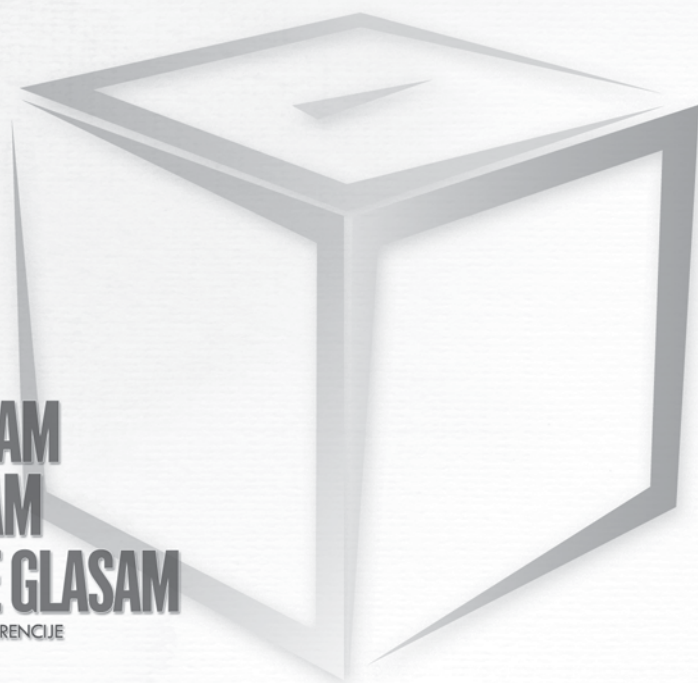
Ako je, primera radi 2010. godine, nepoverenje prema političkim strankama standardno visoko – doseže 60%, a poverenje nikada niže – 11%, odnosno ako je prema partijama, čijim se aktivnostima, oblikuju političke institucije, nepoverenje šest puta izraženije od poverenja, opravdano se otvara pitanje zašto i sa kojom energijom većina, koja im ne veruje, ipak izlazi na izbore i glasa za određene partije?

Čini se da su već preterano dugo građanke i građani u prinudnom izboru između neuspešnih pozicija i krajnje neubedljivih opozicija, shvatili da je izborna apstinencija ipak lošiji izbor od (bezzvoljnog) izlaska na izbore.

ČINIOCI I DETERMINANTE IZBORNE ODLUKE

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCİJE



O ČINIOCIMA KOJI OPREDELJUJU IZBORNU ODLUKU – UOPŠTE I KONKRETNO²

SAŽETAK

Rad je posvećen razmatranju nekih teorijskih pitanja i pitanja empirijskog istraživanja činilaca koji opredeljuju odluku birača da li da glasa i za koga da glasa, koja se najčešće zaobilaze, mada se bez preciznijeg određenja prema njima rasprava o izbornoj motivaciji čini nedovoljno valjanom. Posebno se ukazuje na uzaludnost traganja za jednom opštevažećom teorijskom paradigmom, na postojanje većeg broja teorijskih modela i na njihove nedostatke, pa se pledira za njihovu kritičku valorizaciju i proveru u rezultatima kvantitativnih i kvalitativnih empirijskih istraživanja.

Drugi deo rada posvećen je nekim karakteristikama izborne kampanje u Srbiji 2012. godine. Formalno se radilo o tzv. programskoj kampanji. Duboka kriza u društvu nametnula je izlazak iz krize kao okosnicu kampanje, pa su sve partije kampanju posvetile brojnim finansijskim, privrednim i socijalnim pitanjima. Ali, kako su se sve ugledale jedne na druge i izdašno obećavale sve, bilo je potpuno onemogućeno razlikovanje političke ponude, a time i racionalno odnošenje birača prema onome šta se nudi. Tako teme nisu mogle da budu značajna determinanta izborne odluke, pa je aktivirano dejstvo drugih determinanti – donekle tradicionalne partijske identifikacije, a pre svega imidža lidera – poverenja u kompetentnost da pojedini od njih izvuku društvo iz krize. Umesto dugo očekivane afirmacije tzv. racionalnog birača, pod uticajem davno formiranih snažnih stereotipa o liderima ponovo su dominirali emotivno-afektivni i vrednosno-intencionalni činioci izbornog opredeljenja.

Ključne reči: *izborna motivacija, izborna odluka, partijska identifikacija, imidž, teme kampanje*

Rasprave o izbornoj motivaciji, odnosno o činiocima koji opredeljuju odluku birača da li da izađe na izbore i, ako izađe, za koga da glasa, nezaobilazne su pred izbore i u njima se danima „isprobavaju“ političari i novinari, brojni manje ili više priučeni dežurni „politički analitičari“, „eksperti“ za sve i svašta, pojedini istraživači političkih procesa i pojava, nosioci zvučnih naučnih i akademskih titula. I bez obzira na razlike u njihovim stavovima, svima njima su zajedničke dve stvari. Najpre, impresionira „hrabrost“ da bez ikakvih rezervi sude o tome šta je bilo presudno za rezultate ranije održanih izbora, a još pre o tome šta će da bude presudno za rezultate predstojećih izbora. Druga zajednička karakteristika je nedovoljna zasnovanost njihovih nadmudrivanja na relevantnim teorijskim paradigrama, a u boljem slučaju oslanjanje na *second hand* literaturu, pozivanje na stavove poznatih autora saznate „iz druge ruke“, dakle, bez poznavanja originalnih radova i bez razumevanja celine dela.³ A zatim, reč je i o nedovoljnoj

¹ Autor je redovni profesor Fakulteta političkih nauka i naučni savetnik Instituta društvenih nauka u Beogradu.

² Tekst je nastao kao rezultat rada na istraživačkom projektu IDN „Društvene transformacije u procesu evropskih integracija – multidisciplinarni pristup“, evidencioni broj 47010 IDN, koji finansira Ministarstvo za nauku i tehnologiju Republike Srbije u periodu 2011-2014. godine.

³ Na primer, jedan autor koji je svakodnevno objavljivao novinske tekstove u vreme kampanje za izbore 2012. u Srbiji, ali koji istovremeno pretenduje i na teorijsku i empirijsku zasnovanost svojih stavova, pa tekstove objavljuje i u naučnim i stručnim časopisima, u pretencioznom tekstu nepretencioznog naslova („Predizborne beleške – Esej na belom/nevažućem papiru“) je napisao: „Zašto bih ja izašao na izbore? Entoni Dauns je još pre više od pet decenija ustvrdio da za tako nešto i nema naročitih razloga, barem ne onih racionalnih!“ (Mihailović, 2012: 45). Time je u jednoj rečenici pokazao ili potpuno nepoznavanje Daunsovog dela *Ekonomski model demokratije (1957)* ili je sebi dozvolio njegovu krajnje proizvoljnu interpretaciju. Ako ovaj autor ne zna da Daunsov model tzv. racionalnog birača nije moguće valjano utemeljiti da ne postoje racionalni razlozi izborne odluke birača, kao i da Daunsova paradigma nije normativna (ne elaborira zbog čega birači TREBA da glasaju, već da li glasaju i za koga glasaju ako se rukovode racionalnim razlozima), šta očekivati od manje učenih i iskusnih „istraživača“, „eksperata“ i „analitičara“?

zasnovanosti njihovih sudova na rezultatima pouzdanih empirijskih istraživanja. Jurnjava za medijskim publicitetom nepovratno degradira ozbiljniji naučni i stručni diskurs i stvara povoljnu klimu da se kote brzopleti i pogrešni sudovi i procene, neveste improvizacije, da se neznanje pokriva „opštim mestima“, floskulama i zdravorazumskim sudovima, da se bude atraktivan korišćenjem nedozvoljenih uproščavanja, verbalnih bravura, neutemeljenih analogija, što sve, u uslovima opšte brbljivosti i istrošenosti velikih reči, zahuktava spiralu verbalnog ekstremizma, sasvim neprimerenu odmerenoj, iznijansiranoj i „dosadnoj“ nauci i struci. „Analitičari“, „eksperti“, nosioci zvučnih akademskih i istraživačkih titula učestvovanjem u ovakvim „poduhvatima“ ili nisu svesni u svojoj prepotentnosti koliko izneveravaju zahteve nauke i struke ili, pak, beskrupulozno rasprodaju svoju priučenost za rad ciljeva koji nemaju (i ne mogu ni da imaju) veze sa naukom i strukom – nisu svesni da time sami postaju akteri izborne kampanje.

O ČINIOCIMA KOJI UTIČU NA IZBORNU ODLUKU BIRAČA UOPŠTE – NEKA TEORIJSKA PITANJA I PITANJA EMPIRIJSKOG ISTRAŽIVANJA IZBORNE MOTIVACIJE

Neutoljivoj gladi medija za mišljenjima „eksperata“ uopšte, a posebno neposredno pre i posle izbora, da objasne šta će se zbiti ili šta se zbilo, bez obzira na čitav niz besmislica koje kazuju i prognoza koje se ne ostvaruju, i u neutoljivoj gladi „eksperata“ da se po svaku cenu produciraju u javnosti pogoduje to što su **formiranje očekivanja u pogledu rezultata izbora**, a onda i tumačenje rezultata važni da bi pomogli ljudima da se lakše orijentišu u budućim promenama. Nasuprot velikom interesovanju stoji činjenica da je pitanje izborne orijentacije uopšte u naučnoj, a posebno našoj literaturi **nedovoljno i nekvalitetno obrađivana tema**)⁴, za šta postoji nekoliko razloga.

Jedan od njih jeste da tema o činiocima izborne odluke predstavlja **jedno od najslabijih, najtežih pitanja** na kome su „lomili zube“ teoretičari i istraživači iz više naučnih disciplina – političke sociologije, socijalne psihologije, političkog komuniciranja, političkog marketinga, istraživanja javnog mnjenja itd, pa čak i ekonomije. Naime, postoji mnoštvo činilaca koji u konkretnim prilikama utiču na izbornu odluku i veliki broj različitih teorijskih modela koji objašnjavaju izbornu odluku presudnim dejstvom nekih od činilaca⁵, pri čemu uglavnom izostaje napor da se izvrši njihova valjana kritička valorizacija i da se pokuša eventualno njihovo povezivanje u obuhvatnije paradigme koje bi potpunije objašnjavale raznovrsnu zbilju.

⁴ Retki sadržaji o pojedinim pitanjima izborne motivacije u stručnoj literaturi dati su u okviru širih tematskih celina i predstavljaju skraćeno parafraziranje stavova i citata iz retke postojeće uglavnom na našem jeziku objavljene literature. Jedan od retkih ozbiljnijih novih radova o determinantama izbornog ponašanja objavio je S. Atlagić u knjizi *Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije: teorijske kontroverze i problemi empirijskog istraživanja*, FES i FPN, 2007, Beograd.

⁵ Pomenimo bez potpunije elaboracije neke od njih. Jedan od najpoznatijih i najčešće korišćenih je *socio-demografski model* koji je četrdesetih godina XX veka razvila grupa istraživača (P. Lazarsfeld, B. Berelson i drugi) sa Kolumbija Univerziteta iz SAD, i koji se zasniva na saznanjima da pripadnici određenih klasa i slojeva, profesija, starosnih i polnih grupa, obrazovnih kategorija, etničkih grupa ili kategorija po mestu stanovanja i sl. sa velikom verovatnoćom glasaju za određenu partiju ili kandidata, pa se traži najpogodnija kombinacija ovih obeležja za predviđanje izbornih rezultata. U okvir ovog modela se smešta tzv. klasno, grupno, porodično ili generacijsko glasanje itd. *Ekonomski model* izbornog ponašanja postavio je već pomenuti A. Dauns, a prema njemu birač izlazi na izbore i glasa ako ustanovi da su njegovi troškovi prilikom glasanja manji od koristi koju ima u slučaju pobeđe njegove političke opcije. U drugačijoj verziji ekonomski model podrazumeva tzv. racionalnog birača koji svoju izbornu odluku temelji na objektivnim pokazateljima opšteg stanja ekonomije u međuzborom periodu ili na proceni vlastitog finansijskog položaja. *Psihološki model* počiva na stavu da se birač rukovodi emotivno-afektivnim, čak i podsvesnim porivima. *Stavovski model* ima više varijanti, a najčešće se koristi tzv. *model distance* (preuzet iz komercijalnog marketinga) koji počiva na pretpostavki da u svesti svakog glasača postoji predstava o idealnom kandidatu ili partiji, pa što je veća razlika između njegove percepcije idealnog i stvarnog kandidata, to je manja verovatnoća da glasa za njega. Ili, ukoliko je veća razlika između stava birača o određenom važnom pitanju i stava koji zastupa određeni kandidat, manja je šansa da glasa za njega. Najzad, tu je i tzv. *Mičigenski socio-psihološki model*, koji je razvio A. Kempbel. To je razvijenija varijanta stavovskog modela i smatra se najprihvatljivijim za objašnjenje izbornog ponašanja. Prema njemu neposredne determinante su: *partijska identifikacija, imidž partije i kandidata i teme* koje partija ili kandidat pokreću u kampanji, odnosno rešenja koja nude za najvažnije probleme. Model uspostavlja hijerarhiju ovih determinanti – partijska identifikacija određuje se kao najopštiji i najznačajniji faktor izborne odluke, a eventualno „skretanje“ od glasanja u skladu sa partijskom identifikacijom objašnjava se dejstvom druge dve neposredne determinante (Campbell et al., 1976).

A posebno je mali broj autora koji uspešno povezuju kritičko promišljanje pretpostavki na kojima počivaju postojeće teorijske paradigme i njihove implikacije sa rezultatima empirijskih istraživanja.

Dalje, različite teorijske paradigme na različite načine grupišu dejstvo različitih činilaca koji utiču na izbornu odluku, a pri tome ne donose preciznije određenje pojedinačnih činilaca i grupa činilaca, kao i njihovih međusobnih odnosa⁶, što izaziva konfuziju u njihovoj interpretaciji⁷, odnosno što proširuje mogućnosti proizvoljnog tumačenja i, istovremeno, smanjuje mogućnost da interpretatora „držite za reč“.

Zatim, **ne uočava se priroda razlikovanja tzv. posrednih i neposrednih determinanti izborne odluke**. Naime, već od rada V. O. Key-a *The Responsible Electorate* (1966) pravi se razlika između posrednih i neposrednih determinanti izbornog ponašanja. Smisao razlikovanja jeste u sledećem: razlike u socijalno-demografskim i profesionalnim karakteristikama, u ekonomskom položaju, stepenu obrazovanja, u prihvaćenim vrednostima, u načinu života, etničke ili religijske razlike i sl, zaista utiču na izborne orijentacije pripadnika grupa koje se po ovim osnovama formiraju, ali i da ove karakteristike ne deluju same po sebi – niko ne glasa za određenu partiju samo zato što je radnik ili samo zato što je mlad. Dejstvo ovih tzv. posrednih determinanti, dakle, mora biti aktivirano dejstvom nekih drugih faktora, odnosno dejstvom tzv. neposrednih determinanti – prema tzv. Mičigenskom modelu, dejstvom partijske identifikacije, imidža partije/lidera ili temama koje partija pokreće u kampanji i rešenjima za koja se zalaže itd. Većina radnika ili mladih opredeljuje se, dakle, da glasa za određenu partiju zato što su u tim grupama raširenije političke preferencije koje zastupa ta partija. Ovako razlikovanje dve grupe determinanti izborne odluke koristi pojmovno-kategorijalni aparat politikologije, političke sociologije i socijalne psihologije, ali kada se to razlikovanje „prevede“ na jezik komercijalnog marketinga (nekritički preuzetog i u političkom marketingu) onda se može reći da **posredne determinante definišu tzv. tražnju na političkom tržištu, a neposredne tzv. političku ponudu**. Nerazumevanje suštine ovog razlikovanja i različitog imenovanja iste stvari unosi konfuziju i otežava raspravu.⁸

Dalje, neki modeli izbornog ponašanja predstavljaju pre hipoteze, koje je gotovo nemoguće operacionalizovati u empirijskim istraživanjima (na primer: tzv. psihološki model), nego eksplikativne modele.

⁶ Pojava tzv. porodičnog glasanja – glasanja svih ili većine članova jedne porodice pod uticajem dominantnog člana porodice isključuje u tom slučaju tzv. generacijsko glasanje – glasanje pod uticajem različiti formalnih i neformalnih grupa vršnjaka. Sa druge strane, tzv. klasno glasanje zasniva se na socio-ekonomskom položaju velikih grupa ljudi, pa već prema određenju pojma „klasa“ sintetizuje dejstvo ekonomskog položaja, odnosno visine prihoda, položaja u društvenoj podeli rada, socio-profesionalna obeležja, često i stepen obrazovanja, mesto stanovanja itd.

⁷ Na primer, problem sa Kempbelovim socio-psihološkim modelom jeste u tome što se sve tri determinante izborne orijentacije posmatraju kao nezavisne jedna u odnosu na druge, odnosno što se i partijska identifikacija i imidž partije ili kandidata i teme koje partija pokreće u kampanji smatraju pojmovima istog nivoa opštosti, mada se partijskoj identifikaciji pridaje najveći značaj, dok imidž i teme imaju ulogu „korektivnog faktora“. Ovako određenje neposrednih determinanti izborne motivacije ispušta iz vida njihovo preklapanje i ostavlja nejasne njihove odnose, pa partijska identifikacija, iako jedan od istraživanih fenomena, ostaje i dan-danas nepoznanica – u literaturi se mogu susresti sasvim različiti stavovi: da je imidž partije korelat partijske identifikacije (na primer, Ričardson, 1988), ili derivat partijske identifikacije i tema kampanje (Sartori, 2002). U ovim slučajevima ostaje nejasno da li je pozitivan imidž neophodan (mada ne i dovoljan) uslov uspostavljanja i održavanja identifikacije sa određenom partijom, odnosno da li je moguće da se birač identifikuje sa nekom strankom ako ima negativnu predstavu o njoj. Već na tragu određenja partijske identifikacije R. Rosea, odnos između nje i imidža partije moguće je tretirati i kao odnos opšteg i posebnog. Iako Roseovo određenje partijske identifikacije ostaje u okvirima tradicionalnog pristupa, on je određuje kao „sumarne političke naklonost glasača koji sebe dugoročnije vidi kao podržavaoca određene partije“, koja se zasniva na „kumulativnim efektima socijalizirajućih uticaja“ (1989: 248-249), on koristi pojam „sumarna naklonost“ koji iskazuje njenu opštost koju nemaju ostale determinante. Ovom Roseovom stavu treba pridodati i to da partijska identifikacija nije samo posledica rane političke socijalizacije, već rezultanta dejstva imidža partije, tema koje pokreće u kampanji, a onda i ukupne socijalizacije – interiorizacije određenog sistema vrednosti, kulturnih obrazaca, načina ponašanja i odnošenja prema svetu i drugim ljudima, aspiracija i sl. Imidž i teme kampanje kao nezavisne varijable i dalje imaju status „korektivnih“ faktora glasanja na osnovu partijske identifikacije, ali se sada shvataju i kao činioci formiranja i održavanja, odnosno menjanja partijske identifikacije.

⁸ Na primer, u agendi konferencije „Zašto glasam, kako glasam ako uopšte glasam“ održanoj na FPN u Beogradu 19. 4. 2012, prva sesija nosi naslov „Politička potražnja i politička ponuda“, a druga „Determinante izbornog ponašanja“, mada oba naslova pokrivaju isti sadržaj, samo drugačijim pojmovno-kategorijalnim aparatom iskazan.

Zatim, **dejstvo mnogih činilaca izborne motivacije se na različite načine operacionalizuje u empirijskim istraživanjima**⁹, što smanjuje pouzdanost izvlačenja opštijih zaključaka na osnovu rezultata različitih istraživanja.

Najzad, **čini se pogrešnim traganje za jednim modelom izbornog ponašanja birača**, odnosno za identifikovanjem jednog činioca koji opredeljuje rezultate izbora. Broj faktora koji utiče na formiranje izborne odluke daleko je veći od onih koji su identifikovani kao posredne i neposredne determinante. Njima treba pridodati i niz drugih – od sistemskih faktora (tip izbornog sistema, vrste i nivoi izbora), preko opštepolutičkih (uloga partija u političkom životu, stepen etabliranosti političkih partija, dinamičnost i razlozi promena broja partija, učestalost formiranja predizbornih i postizbornih koalicija i njihova priroda), opštedruštvenih (dinamičnost promena u društvu i promena programskih opredeljenja – promene ideoloških pozicija partija, prepozicioniranja na najvažnijim pitanjima u društvu) i kampanjskih faktora (tip izborne kampanje, njen intenzitet i sl.), do situacionih faktora (dejstvo međunarodnih činilaca, elementarne nepogode i terorističke akcije i sl.), i njihov značaj varira u zavisnosti od konkretnih okolnosti. Osim toga, delovanje mnogih faktora je združeno, pa ih je teško striktno odvojiti. Zbog toga su opravdana upozorenja da **ne postoje univerzalni modeli** – ne samo da se od izbora do izbora može bitno da promeni značaj pojedinih faktora, već se i u jednim izborima različite grupe birača mogu da, u skladu sa različitim modelima, donose izborne odluke, postoje razlike u tom pogledu i među pripadnicima jedne iste grupe koji mogu da se rukovode različitim motivima, da se jedan isti birač može ne samo u različitim prilikama da ponaša na različite načine u skladu sa individualnim karakteristikama, već da se i prilikom izbornog opredeljivanja u jednoj istoj prilici može rukovoditi višestrukim, različitim motivima.¹⁰ Traganje za jednim odlučujućim faktorom izborne odluke moguće je, dakle, shvatiti samo kao istraživačku višestepenu generalizaciju (najpre generalizaciju na nivou kampanje jedne partije, a onda i generalizaciju na nivou celine izborne kampanje svih relevantnih partija) i u tom smislu kao uopštenu, nedovoljno preciznu i tek u osnovnim crtama eventualno tačnu.

Inače, cepidlačenje u vezi sa izbornom motivacijom nema samo, čak ni prevashodno doktrinarne razloge – iscrpljivanje u pojmovno-kategorijalnom, logičkom i metodološkom čistunstvu. Ono je od značaja i za praktičare, budući da u konkretnim prilikama treba stalno proveravati valjanost mnogih već opšteprihvaćenih tvrdnji, na primer one da je visoka izborna participacija izraz pozitivne ocene demokratije, ili one da manji izlazak na izbore ide u prilog vladajućoj stranci i obrnuto, kako bi se opredelili za adekvatnu strategiju kampanje.¹¹ Da bi bilo od koristi

⁹ Na primer, partijska identifikacija se u sondazama javnog mnjenja istažuje uglavnom na dva načina. Prvi polazi od psiholoških teorija referentnih grupa, istraživanja uticaja u malim grupama i od teorija socijalnog identiteta, posmatra identifikaciju kao *psihološki fenomen* i istražuje je pomoću direktnih pitanja u kojima se ispitanik „samoodređuje“ kao pristalica određene stranke. Drugi, *bihevioristički pristup*, istražuje za koga je ispitanik ranije glasao, polazeći od pretpostavke da je izborna odluka u skladu sa partijskom identifikacijom. U pojedinim istraživanjima kombinuju se oba pristupa, pa se kao pokazatelji koriste: samoodređenje ispitanika; članstvo u strankama i ispunjavanje članskih obaveza; naklonost prema partiji i glasanje za njene kandidate; izborna orijentacija, odnosno namera da se glasa za određenu partiju u međuizbornom periodu; hipotetički izbor sa liste najvažnijih partija itd. Pretpostavka valjane operacionalizacije partijske identifikacije za potrebe empirijskih istraživanja jeste njena potpuna definicija. Nažalost, najveći broj određenja ostaje na tome da je ona „osećaj privrženosti“, „sumarna naklonost“ i sl. Ovakva određenja sasvim ispravno smeštaju partijsku identifikaciju u domen emotivno-afektivnog, ali su nedovoljna jer ne preciziraju elemente pomoću kojih bi se moglo objektivizirano prepoznavati postojanje privrženosti nekoj partiji i intenzitet te privrženosti u iskazima i ponašanju ljudi. Jedna definicija koja pokušava da ponudi elemente za operacionalizaciju pojma partijske identifikacije glasi: „*Partijska identifikacija se određuje kao osećanje privrženosti određenoj političkoj partiji i ispoljava se kao prihvatanje od strane birača njenih ideoloških i političkih stavova, oblika političkog delovanja i lidera, kao uključivanje u njene aktivnosti i glasanje za njene kandidate, a time i kao uspostavljanje jasne distance prema drugim političkim partijama*“ (Slavujević, 2009: 169).

¹⁰ Postoje modeli izborne motivacije koji uzimaju u obzir veliki broj faktora. Na primer, prema modelu PIPS (*Precinct information priority system*) najpre se utvrđuju svih važni faktori koji (mogu da) utiču na izbornu motivaciju, onda se vrši ponderisanje značaja svakog od njih, zatim izračunava PIPS skora za svaki faktor, i na kraju se vrši njihovo rangiranje prema značaju.

¹¹ Očito je, na primer, da obim izborne participacije ne ide u konkretnom trenutku podjednako u prilog svim učesnicima izbora. U zavisnosti od toga, moguće je opredeliti se za strategiju kampanje orijentisane na motivisanje birača na što veći izlazak na izbore (*get out to the vote strategy*) ili za strategiju usmerenu na demotivisanje izlaska na izbore (*chloroforming strategy*), koja se zasniva na umanjivanju značaja konkretnih izbora, širenju uverenja da je rezultat izbora izvestan i sl.

poslenicima u politici za izradu adekvatnih strategija izbornih kampanja, i istraživanjima izborne motivacije nužno je neprestano ažurirati podatke o karakteristikama ciljnih grupa ka kojima se planira usmeravanje kampanje, o sasvim konkretnim elementima njihovog motivacionog sistema njihovih pripadnika, o njihovom (ne)zadovoljstvu stanjem u društvu u celini i u pojedinim njegovim segmentima, o njihovim ocenama funkcionisanja institucija i državnih i partijskih funkcionera, o preferencijama, potrebama i aspiracijama pripadnika ciljnih grupa i sl.

Možda je u cilju preciziranja pitanja o kome se raspravlja za početak potrebno napraviti i **razliku između pojmova „izborna orijentacija“ i „izborna odluka“**. *Izborna orijentacija* bi označavala trajnije, načelno opredeljenje da se glasa za određenu partiju i mogla bi empirijski da se utvrdi u slučaju postojanja višekratnog glasanja konkretnog birača za istu partiju. Izborna orijentacija bi, u stvari, predstavljala praktičnu konsekvencu partijske identifikacije kao jedne od determinanti izborne orijentacije. Pojam *izborna odluka* odnosio bi se na pojedinačni čin glasanja za određenu partiju, koji može, ali ne mora da bude u skladu sa izbornom orijentacijom, odnosno sa partijskom identifikacijom. Ovo odstupanje prilikom glasanja od partijske identifikacije ne mora da se desi samo pod uticajem druge dve neposredne determinante izborne odluke, kako tvrdi Mičigenska škola, već i pod uticajem čitavog niza drugih situacionih faktora (na primer, iz bojazni od tzv. rasipanja glasova).

Konsekvencija ovakvog određenja pojmova jeste i zaključak da **samo partijska identifikacija**, kao rezultanta delovanja mnogih faktora tokom celokupnog čovekovog životnog iskustva sa politikom i partijama, kao zbirni, kompozitni, sintetički činilac **može imati status determinante izborne orijentacije** – činioca koji trajnije i načelnije od drugih određuje glasačke namere pojedinca, dok sve druge neposredne determinante prema Mičigenskoj školi, i mnogi drugi faktori koji utiču na pojedinačne izborne odluke, mogu da imaju samo status činilaca. Ako dejstvo ovih činilaca ima isti smer kao i dejstvo postojeće partijske identifikacije, oni će je osnaživati ili bar održavati (tzv. *podržavajući izbori – maintaining election*). Ako je dejstvo nekoga od njih suprotnog smera od partijske identifikacije, rezultat čina glasanja zavisice od njihovog intenziteta. Češći je slučaj da snažna partijska identifikacija anulira suprotno dejstvo nekog drugog činioca (na primer, neprihvatljiva promena pozicioniranja stranke na nekom pitanju, ili nedostatak poverenja u novog lidera stranke i sl.), ali se ne mogu isključiti ni slučajevi da snažnije dejstvo pojedinačnog činioca u konkretnom slučaju dovede do glasanja protivu partijske identifikacije (tzv. *odstupajući izbori – deviating election*), a na duži rok čak i da počne da nagriza i menja postojeću partijsku identifikaciju (tzv. *izbori pregrupisavanja – realigning election*), itd. Ovim se, dakle, ne spori teorijski doprinos Mičigenskog modela, već se preciziraju neki njegovi elementi i odnosi između njih i povećavanjem broja relevantnih činilaca sam model smeštaju i u širi kontekst.

O ČINIOCIMA IZBORNE ODLUKE KONKRETNO – NEKA ZAPAŽANJA O DEJSTVU POJEDINIH ČINILACA IZBORNE MOTIVACIJE NA ODLUKE BIRAČA NA IZBORIMA 2012. U SRBIJI

Kampanja za nacionalne izbore 2012. započela je u već poodmakloj dubokoj opštoj – ekonomskoj, socijalnoj, institucionalnoj, političkoj i moralnoj krizi, što je nametnulo **izlazak iz krize** kao **opštu tematsku okosnicu kampanje**. Svi učesnici izbora veliki deo vremena u kampanji potrošili su na iznošenje svojih stavova o problemima u društvu i rešenjima za njih, pa je kampanja započela kao **klasična programska kampanja**. U ovakvim kampanjama se ne pokreću „velika“ državna i nacionalna pitanja impregnirana snažnim emotivnim nabojima, već se nude konkretna rešenja za preuređenje pojedinih oblasti društvenog života. Ovim kampanjama se teži aktiviranju tzv. tematskog glasanja (*issue voting*), one se **uglavnom obraćaju tzv. racionalnom biraču** – provociraju ga da izabere stranku koja nudi najpovoljnija rešenja za pitanja koja ga tište.

Ipak, bez obzira što su kampanje svih stranaka započele kao programske kampanje, **provociranje racionalnog izbora birača je uglavnom izostalo**, što se može pripisati dejstvu nekoliko razloga.

Jedan razlog je u tome što su sve relevante partije tretirale u kampanji iste teme (pokretanje privrede i strane investicije, podsticanje razvoja malih i srednjih preduzeća i povećanje zaposlenosti, razvoj agrara, izgradnja infrastrukturnih objekata, smanjenje dažbina, departizacija zapošljavanja, decentralizacija, zaštita majki sa malom decom, povećanje standarda itd.), čak ih preuzimale jedne od drugih, i što su prosipale i kapom i šakom slična izborna obećanja. Gotovo doslovno ponavljajući jedni druge, učesnici izbora su izazvali opštu konfuziju o tome ko se do sada za šta zalagao i za šta se sada zalaže, što je **potpuno onemogućilo razlikovanje izborne ponude stranaka**, a time i glasanje na osnovu tema koje učesnici izbora pokreću u kampanji i rešenja koja nude za pojedine probleme.¹² I što je još paradoksalnije, **razlikovanje u pozicioniranju stranaka gotovo da nije moguće bilo uočiti i u odnosu na vlast** – ne samo stranke opozicije, već i sve stranke vladajuće koalicije, osim DS-a kao stožerne stranke vladajuće koalicije, jasno su se distancirale od dotadašnje vlasti (u kojoj su do kraja učestvovala),¹³ čime je još više povećana konfuzija u biračkom telu.

Drugi razlog izostajanja snažnijeg delovanja na racionalnu motivaciju birača je bio u tome što u mnenju postoje od ranije **snažno utemeljeni elementi imidža pojedinih stranaka i brojni stereotipi, koji su snažno emotivno bojili, a onda i prekrivali racionalne sadržaje**. Ranije uspostavljene podele na „patriote“ i „izdajnike“, „poštene“ i „lopove“, „sposobne“ i „nesposobne“ i sl. probijale su se iz drugog u prvi plan i predstavljale snažan filter selektivne percepcije stvarnosti, razumevanja poruka i njihove retencije.

Pored toga, i u najpre započetim kampanjama za parlamentarne izbore centralni promoteri izbornih poruka bili su partijski lideri, odnosno nosioci lista, pa su time partijske programske kampanje „prevedene“ u personalizovane kampanje. A kada su u sred ove kampanje raspisani i predsednički izbori, sve **na početku programske kampanje u potpunosti su transformisane u snažne liderske kampanje**. Za razliku od programske, liderska kampanja počiva na imidžu lidera kao temeljnom motivacionom faktoru i smešta se na plan emotivno-afektivnog odnosa prema njegovoj ličnosti. Međutim, pošto su i pre i u vreme kampanje uglavnom svi lideri hvatani u laži i u nedoslednostima, u korišćenju manipulacija, čak i u raznim zloupotrebama, to su i mogućnosti popravljavanja predstave o njima i njihovog razlikovanja na planu poštenja, iskrenosti ili empatičnosti bile reducirane. Zato je i stav o pojedinim liderima najčešće zasnovan **na ranije već formiranim uverenjima u njihovu (ne)kompetenost** da reše određena društvena pitanja od interesa za pojedine grupe birača. Sve u svemu, formiranje izborne odluke birača ponovo je prebačeno na plan „neracionalnih“ činilaca. Neditinktivnu formalno programsku kampanju prekrili su, u produktima kampanje, personalizovani liderski sadržaji, što je u delovima biračkog

¹² Povećanju razlikovanja na planu izbornih obećanja među partijama nije pomoglo ni besmisleno, često i smešno licitiranje ko je za šta zaslužan, ko je prvi pokrenuo neku ideju ili ko je šta od drugoga „ukrao“. Tako se M. Dinkić trudio iz petnih žila, čak i u TV spotovima da pripíše sebi zasluge za dovođenje stranih investitora, što je naišlo na žestoko osporavanje B. Tadića. Dinkić je uveravao birače i u to da je prvi lansirao ideju o decentralizaciji, departizaciji i profesionalizaciji upravljanja javnim preduzećima. Reformistička stranka iz Niša će, pak, optuživati Dinkića da je od njih „ukrao“ ideju decentralizacije. D. Marković-Palma je prigovarao Tadiću da mu je preuzeo ideju o razvoju porodičnih firmi, mada je to bio jedan od ključnih stavova revitalizacije poljoprivrede u ekonomskom planu vlade V. Košunice od 2004. do 2007. godine. A onda je i B. Pažitiću prigovarao da je od njega preuzeo ideju o akvaparku, pa se „sada slika pored njega“. I. Dačić i Z. Obradović će uveravati novinare da su oni prvi pokrenuli ideju ukidanja PDV-a na opremu za bebe, itd. Naravno da sve ovo gotovo da nije imalo nikakvog efekta – niko od ovih lidera i članova njihovih izbornih štabova očito ne zna za tzv. *slipper* efekat u propagandi – da birači ne pamte onoga ko je prvi pokrenuo neku ideju, već onoga ko ju je naglatije zagovarao. Odličan primer delovanja ovog efekta predstavlja parola sa početka devedesetih godina XX veka „Svi Srbi u jednoj državi“, koju svi pripisuju S. Miloševiću. Milošević je zaista nemilosrdno rabio ovu ideju, ali prvi ju je lansirao V. Drašković.

¹³ Partije bivše vladajuće koalicije eventualno su prihvatale odgovornost za stanje u sektoru kojim su rukovodile i tvrdile su da su u njima ostvareni „značajni rezultati“, a ako nisu onda su okrivljavali druga ministarstva. Pri tome, odbijale su bilo kakvu odgovornost za funkcionisanje vlade u celini i oštre kritike za loše funkcionisanje vlade upućivale su DS-u. Ukratko, DS je stajao sam nasuprot i opozicionih stranaka i dojučerašnjih koalicionih partnera.

tela aktiviralo ranije formirane stereotipe o strankama i njihovim liderima, a sve to je bilo još i pojačavano brojnim negativnim, ali i diskvalifikatorskim sadržajima o suparnicima. **Umesto kampanje koja podstiče racionalni izbor na delu je bila kampanja u kojoj su izborne odluke ponovo donošene na temelju ranije formiranih snažnih vrednosnih i emotivnih stavova birača.**

Naravno, partije sa razvijenijom strategijom kampanje pokušale su istovremeno da deluju na sve elemente izborne motivacije da bi postigle usklađenost sva tri elementa strukture stava birača – racionalni i emotivno-afektivni i akcioni, ali su u tome imali različiti uspeh. Zbog toga iznosim niz sudova i procena koje bi valjalo proveravati na rezultatima eventualnih postizbornih javnomnjenjskih istraživanja ili istraživanja pomoću tzv. fokus grupa.¹⁴

Na primeru liste „Izbor za bolji život – Boris Tadić“, možda bi mogli da se pokažu efekti **ekonomskog modela izbornog ponašanja** – DS kao stožer ranije vladajuće koalicije i nove izborne koalicije teško je „kažnjena“ zbog pogoršanja ekonomske i socijalne situacije. Pored apsolutnog gubitnika izbora SRS – izgubio status parlamentarne stranke, DS je najveći gubitnik izbora (oko 700.000 glasova i 55 mandata manje nego 2008. godine), kao i njegov predsednički kandidat (gotovo 500.000 glasova manje nego u prvom krugu predsedničkih izbora 2008). Zaustavljanju pada podrške stranci i njenom lideru nije pomoglo prebacivanje „krivice“ za stanje u društvu na leđa svetske ekonomske krize, ni medijski agresivno plasirane u kampanji aktivnosti vlasti da se „ublaže efekti krize“ i „preokrenu negativni trendovi“, ni najintenzivnija kampanja reklamiranja u medijima i posredstvom bilborda, ni gigantska terenska kampanja. U prilog **DS-u „radila“** je jednim delom **razvijena partijska identifikacija dela njenih pristalica**,¹⁵ a onda i **imidž lidera.**

I druga članica ranije vladajuće koalicije G17 Plus, odnosno **URS**, koja je samostalno izašla na izbore, izgubila je nešto od podrške birača (oko 50.000 glasova u odnosu na 2007. kada je takođe samostalno nastupila), mada se još pre kampanje snažno distancirala u odnosu na vladu DS-a. Ni u održavanju podrške URS-u čini se da **nisu od presudne važnosti bile teme** koje su pokretane u kampanji (decentralizacija, regionalizacija, departizacija upravljanja javnim preduzećima, fiskalne reforme), već investicije stranaca i stimulacije iz budžeta koje je lider stranke „delio“ širom Srbije i pripisivao sebi u zasluge. No, ni sama ulaganja nisu bila dovoljna, već je za uspeh URS-a u pojedinim lokalnim zajednicama bio veoma značajan **ugled pojedinih lokalnih lidera**, kada već lider URS-a M. Dinkić ne uživa širu podršku i nema, u celini uzev, pozitivan imidž.

Jedina članica ranije vladajuće koalicije i jedini dobitnik ovih izbora (gotovo dva puta više glasova i preko dva puta više mandata u odnosu na 2008) jeste **koalicija SPS-PUPS-JS**, mada i ona nije ostvarila sve izborne ciljeve (50 mandata i plasman I. Dačića u drugi krug, odnosno pobeda na predsedničkim izborima). Deo objašnjenja izbornog uspeha ove koalicije mogli bi da se traže u **kombinaciji delovanja partijske identifikacije** (u delu pristalica još iz doba S. Miloševića), **elemenata imidža sva tri lidera koalicije** (koje objašnjava psihološki model izbornog ponašanja a čije ključne sadržaje čini neprikriveni autoritarizam, neukusna prepotentnost i osionost, bezgranična samohvalisavost, jednostavna i preteča, a na momente i prostačka retorika i sl.), **kao i tema kampanje** (kojima je dominirala u ovoj kampanji nenadmašena socijalna demagogija). Izborna kampanja ove koalicije, realizovana uglavnom posredstvom masovnih vašarskih mitinga i konvencija u turbofolk stilu, predstavljala je vršnu tačku celokupne populističko-gedžovanske politike ove.

¹⁴ Država decenijama nema sluha za finansiranje ni mnogo ozbiljnijih tematskih istraživanja javnog mnjenja. Političke stranke posle 2000. godine mnogo su spremnije da finansiraju istraživanja raspoloženja birača pred izbore, ali ne pokazuju nikakav interes za postizborna istraživanja, verovatno iz straha da ona ne razotkriju njihove promašaje u kampanji. Zbog toga teško je očekivati u skorije vreme ozbiljnije empirijsko istraživanje izborne motivacije u Srbiji.

¹⁵ Ovo posebno važi za deo izbornih pristalica DS-a koji nemaju poverenje u B. Tadića kao predsednika države – oko 10% ukupnog broja pristalica DS-a, ili imaju ambivalentan odnos prema njemu – 20% (Slavujević, 2010: 66).

U slučaju izbornih pristalica liste „**Pokrenimo Srbiju – Tomislav Nikolić**“ nije mogla da deluje **partijska identifikacija** zbog toga što stranka postoji nešto više od tri godine, što se pozicionirala kao partija radikalnog diskontinuiteta sa SRS-om, strankom iz koje je nastala, i što nije imala prilike da se proveri na nacionalnim izborima. Pre će biti da je delovalo **snažno pozicioniranje SNS-a kao radikalne antirežimske stranke**. Valjalo bi u istraživanjima proveriti (posredstvo socijalno-ekonomskog statusa pristalica, raširenosti osećanja „gubitnika tranzicije“, nezadovoljstva sopstvenim materijalnim položajem i sl.) da li je SNS neka vrsta „kontejner partije“, partije nezadovoljnika svih vrsta, koja gradi podršku na opštem, difuznom nezadovoljstvu vlašću i vlastitim materijalnim i socijalnim položajem. I kampanja **SNS-a** je donela bajkovita obećanja o pokretanju privredne aktivnosti i porastu standarda građana,¹⁶ ali **teme kampanje nisu bile od presudnog značaja** – SNS je imao poteškoće da distinktivnije u odnosu na druge stranke artikulise programske stavove o mnogim pitanjima verovatno zbog heterogenosti pristalica, kao što je imao probleme da kanališe nagomilano beznađe, razočaranje, bes i sl. među pristalicama, ali i u rukovodstvu stranke. Za pristalice liste „Pokrenimo Srbiju“ sa punim pravom bi se moglo reći da su se **daleko više rukovodili glasanjem „protiv“, nego glasanjem „za“**. Uostalom, i sam T. Nikolić je pokušavao da od izbora napravi referendumsko izjašnjanje „za“ ili „protiv“ vlasti. U slučaju pristalica ove liste čini se da **nije delovao ni tzv. model distance**. Naime, i pored „evrointegrističkog zaokreta“ T. Nikolića, veliki deo pristalica SNS se protivi ulasku Srbije u EU, pa je ipak glasao na ovu listu! Značajan motivacioni faktor je predstavljalo, međutim, **poverenje u lidera stranke**, dobro poznatog biračima iz prethodna dva predsednička izbora koja je za malo izgubio.

U slučaju mobilizacije izborne podrške **DSS-u** čini se da su u **podjednakoj meri bile aktivne sve tri neposredne determinante izborne motivacije** – tradicionalna partijska identifikacija, imidž lidera, ali i teme kampanje, bile su nedovoljne da spreče dalje osipanje izborne podrške stranci i njenom lideru. Naime, samoizolacija rukovodstva stranke i ideološki i politički puritanizam učinili su da stranka izgubi gotovo polovinu (200.000) glasova i trećinu mandata u odnosu na 2008. godinu, a da lider stranke V. Koštunica osvoji manje glasova nego V. Ilić na predsedničkim izborima 2008, lider NS, u to vreme malog koalicionog partnera DSS-a! Inače, glavne tačke Ekonomskog programa DSS-a – privredni razvoj, povećanje zaposlenosti i poboljšanje standarda, formiranje interventnog fonda, Razvojne banke, sanacija kanala DTD, završetak Koridora 10, izgradnja infrastrukture na Dunavu itd. – po malo toga su se razlikovale od programa drugih stranaka, ostalo je bitno razlikovanje samo u jednoj stvari: **ko će da dà novac da se pokrene privreda Srbije**: novi „sponzor“ je nađen u Rusiji (navodno je obećan kredit u iznosu od 8 do 10 milijardi evra! – B92, 3.3.2012). Jedan od „aduta“ mobilizacije podrške tzv. racionalnih birača bila je nesporna činjenica da su **za vreme vlada V. Koštunice beležen stalni ekonomski rast i da su građani najbolje živeli**. Ipak, opsednutost lidera stranke borbom protiv EU potpuno je u kampanji prekrila druge, pa i ekonomske teme, a osim toga i da su uporno bili ponavljani ovi tačni podaci, oni bi verovatno malo mogli da doprinesu uspehu DSS-a, jer je u javnosti davno i široko **uvrežena predstava o V. Koštunici i DSS-u kao nekompetentnim za ekonomska pitanja**.

Naravno, **ova razmišljanja imaju smisla samo pod pretpostavkom da izbori nisu pokradeni**. Dokle god ne bude otklonjena sumnja da je bilo krađe, sofisticirane naučne i stručne rasprave o tome da li glasamo i kako glasamo nemaju smisla.

¹⁶ „Proevropski“ zaokret T. Nikolić i A. Vučić objašnjavali su nužnošću da narod bolje živi, a onda u dva dana krajem septembra 2011. „posle razgovora sa ozbiljnim državicima i stranim investitorima“, Nikolić i Vučić uveravaju javnost da je, u slučaju dolaska na vlast, SNS obezbedio 100 miliona EUR za pokretanje privredne aktivnosti, da će otpočeti radove na prokopavanju Velike Morave, uspostavljanju plovnog puta preko Makedonije do Grčke i izgradnju 7 elektrana na ovoj reci, što će omogućiti navodnjavanje Pomoravlja, kao i da će početi izgradnju industrijske zone duž Dunava od Novog Sada do Beograda. „To je naš plan“, govorio je Nikolić, a u svojoj „širokogrudosti“ javnosti poručuje: „ali tu ideju vlast slobodno može da preuzme ukoliko želi“ (Politika 30.9.2011). Reč je o do izbora besmislenom „izazovu“ vlasti da bi se pokazala njena nesposobnost. Posle boravka T. Nikolića i A. Vučića u Nemačkoj usledice i obećanja novih nemačkih investicija (RTS 20.3.2012), itd.

LITERATURA

- Atlagić, S.** (2007): Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije: teorijske kontroverze i problemi empirijskog istraživanja, FES i FPN, 2007, Beograd
- Campbell, A., Converse, Ph. E., Miller, W. E., Stokes, D. E.** (1976): The American Voter, The University of Chicago Press.
- Downs, A.** (1957): An Economic Theory of Democracy, Harper & Row, New York.
- Key, V. O. Jr.** (1966): The Responsible Electorate: Rationality in Presidential Voting 1936-1960, Harvard University Press, Cambridge
- Mihailović, S.** (2012): Predizborne beleške – Esej na belom/nevažjećem papiru, Politički život, FPN, Beograd.
- Richardson, B. M.** (1988): Constituency Candidates versus Parties in Japanese Voting Behavior, American Political Science Review, No. 3.
- Rose, R.** (1989): The Choice of Voters, in: Politics in England - Change and Persistence, Macmillan, London.
- Sartori, G.** (2002): Stranke i stranački sustavi, Politička kultura, Zagreb.
- Slavujević, Z.** (2009): Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing, Grafokard Beograd.
- Slavujević, Z.** (2010): Institucije političkog sistema – umesto simboličkog izraza prava građana da vladaju sredstvo vladavine nad građanima, u: Mihailović, S. (ur.), Kako građani Srbije vide tranziciju, Istraživanje javnog mnjenja tranzicije, FES, Beograd.

IZBORNA ODLUKA

SAŽETAK

U tekstu autor nastoji da detektuje šire korelate, ali i neposredne faktore koji utiču na formiranje partijske identifikacije, kao i konjunkturane činioce koji utiču na donošenje konkretne izborne odluke. U fokusu analize su i faktori poput interne (među)partijske dinamike i širih socijalnih, ekonomskih, i kulturnih i vrednosnih promena kojima se mogu objasniti promene formiranog stranačkog opredeljenja.

Ključne reči: *izborno ponašanje, partijska identifikacija, politička kultura, partijski izborni sistem*

Odgovor na naoko jednostavno pitanje zašto građani i građanke glasaju tako kako glasaju, ako uopšte i glasaju, odnosno traganje za rešenjem složene izborne jednačine sa više nepoznatih koja se postavlja pred svakog birača predstavlja jedno od najsloženijih pitanja političke sociologije i istraživanja izbornog ponašanja.

U traganju za celovitim i iscrpnim odgovorom čini nam se metodski najprimerenijim korišćenje modela levka u kome se od najšireg tematskog okvira ide ka užim problemskim krugovima i konkretnim pitanjima.

Analizu bi zato trebalo situirati u pet tematskih oblasti – koncentričnih krugova.

Prvi, najširi čini **analiza i presek političkog tržišta – prirode političke ponude i biračke potražnje** na njemu – njihove interesne raznovrsnosti i (ne)razvijene organizacijske infrastrukture. Prvu grupu pitanja čine dileme oko programskih prioriteta, primera radi na izborima 2012. godine izraženih kroz dominaciju ekonomskih tema, kao i obima raznovrsnosti i dubine razlika u ponuđenim rešenjima između 18 lista za parlamentarne i 12 kandidata na predsedničkim izborima. Drugu grupu pitanja čine kontroverze oko strukture efektivnog biračkog tela – njegove vrednosne i socijalne razućenosti i formirane lestvice prioriteta birača. Krajnje relevantno je i pitanje da li je biračko telo – politička potražnja ukрупnjena i posredovana uticajem moćnih organizacija – primera radi poslodavačkih, sindikalnih ili verskih organizacija, ili su pak birači i njihovi glasovi na „slobodnom partijskom lovištu“.

Poseban akcenat dakle mora biti na analizi (ne)razvijenosti i (ne)razućenosti biračke tražnje, ali i (plitkoći i fragmentiranosti) političke ponude.

Radi se, jednostavno o odgovorima na pitanja **šta građani traže (očekuju, priželjkuju, ili čega se plaše i pribogavaju) a šta im se i sa koliko uverljivosti i međusobnih nijansi nudi.**¹⁷

Drugi čini **analiza političkog kapitala građana** – njihove političke (de)motivisanosti, (ne)znanja i (ne)razvijenih stavova o politici, formalnih i neformalnih mreža uticaja i ostvarene političke i šire socijalne participacije, uključiv, na drugoj strani, i analizu razloga političke i izborne apstinencije.

¹⁷ Analogijom sa medicinskim pristupom i terminologijom, programska dokumenta, sadržaji i izborni manifesti i poruke se analiziraju, imajući kritički u vidu nameravanu njihovu „zavodljivost“ i tržišno – političku zakrivljenost unutar 4 uže metodske i problemske celine:

1. Dijagnoza stanja u određenoj oblasti: osnovna ocena, parametri, kriteriji i korišćena argumentacija.
2. Etiologija: razvoj, uzroci stanja u pojedinoj oblasti, akteri – vinovnici, i žrtve i korisnici.
3. Terapija: procesi, sadržaji i aktivnosti, i akteri i koalicije za promene.
4. Kontrola: predviđeni mehanizmi i institucije civilne i političke kontrole, monitoringa i evaluacije programa i datih obećanja.

Rečju, nažalost se u Srbiji radi o dilemama o razlozima dominantne političke pasivnosti i nemoći građanki i građana.

Naime, na osnovu istraživanja socijalnog i političkog kapitala građanki i građana Srbije, vršenih u periodu 2005 - 2011. godine, možemo zaključiti da "sila partijske teže" kako-tako doseže do približno dve trećine izbornih participanata, pri čemu je zona politike čvršće ukorenjena među četvrtinom politički kompetentnih, dok tek svaki sedamnaesti može da u znatnijoj meri utiče na tok političkih događaja (Stojiljković, 2011).

Indikativno je pritom da se subjektivna procena o ostvarenom znatnom uticaju u politici (4-6% građana) u velikoj meri poklapa sa zbirom onih koji se kandiduju na svim nivoima izbora (oko 50.000), učestvuju u njihovoj kontroli i organizaciji (preko 100.000) ili pak politički profiliraju medijsku, akademsku i širu društvenu javnost.

Posledično, treći krug sadrži argumentaciju i istraživačke nalaze o **stepenu i razlozima (ne)poverenja građana u političke aktere i institucije**. Ako je, primera radi, 2010. godine, nepoverenje prema političkim strankama standardno visoko – doseže 60%, a poverenje nikada niže – 11%, odnosno ako je prema partijama, čijim se aktivnostima, oblikuju političke institucije, nepoverenje šest puta izraženije od poverenja, opravdano se otvara pitanje zašto i sa kojom energijom većina, koja im ne veruje, ipak izlazi na izbore i glasa za određene partije? Čini se da su već preterano dugo građanke i građani u prinudnom izboru između neuspešnih pozicija i krajnje neubedljivih opozicija, shvatili da je izborna apstinencija ipak lošiji izbor od (bevoljnog) izlaska na izbore.

Četvrto polje istraživanja čini razmatranje nivoa raširenosti, razvijenosti i koherentnosti (1) ideoloških orijentacija i (2) stranačkih preferencija i identifikacija građanki i građana Srbije – **studij njihovih (ne)razvijenih partijsko-političkih i vrednosnih i ideoloških profila**.

Nesposobnost približne polovine glasača da se identifikuju sa određenom ideološkom i partijsko-političkom pozicijom, uz istovremeno gomilanje većine političkih aktera na *mainstream* poziciji koji čini politički evergrin sačinjen od (umerenog) redistribucionizma i etatizma kombinovanog sa evrorealizmom, nesporno čine ključni problem za zahtevne istraživače političke i izborne scene.

Peto, ključno polje istraživanja, ujedno i strateško polje analize u psefologiji – relativno mladoj disciplini posvećenoj studiju izbornog ponašanja, svakako predstavlja samo **traganje za razlozima i faktorima donošenja izborne odluke**.

KLJUČNO PITANJE: IZBORNA ODLUKA

Interpretativni methodski model u užem smislu sadrži dakle, po mome sudu, razmatranje i analizu tri korelata – makro determinante i pet faktora donošenja izborne odluke.

Naime, ako čitavu izbornu borbu i njene ishode posmatramo iz drugog, „donjeg“ rakursa, odnosno iz ugla birača i nastojanja da odgonetnemo skrivenu hijerarhiju motiva i odgovorimo na pitanje: zašto glasaju kako glasaju, ako uopšte glasaju onda bismo mogli analitički poći od dve grupe faktora i pet varijabli.

Prvu, „objektivnu“ grupu čine **dva spoljna faktora – partijski i izborni sistem** i njihov, inače povezan i međuslovljen, (indirektan) uticaj na odluku birača.

Drugi, posredujući, ali „subjektivni“ faktor čine same karakteristike političke kulture i ponašanja građanki i građana, pre svega njen dominantni parohijalni, podanički ili participativni tip.

Uloga ključnih (pet) faktora, čije značenje, uticaj – rang i priroda međuodnosa neposrednije određuju biračku odluku pripada:

1. **sociodemografskim vezama** i obeležjima građana;
2. **afektivno-habituelnim vezama** – formiranom njihovom **partijskom identifikacijom** – njenim osnovama, širinom, intenzitetom i postojanošću;
3. **harizmatiskim vezama**, odnosno fascinacijom likom i delom „harizmatičnog lidera“ koga građani manje-više slepo slede;
4. **programskim vezama**, razlozima i podrškom, i
5. racionalnim, interesnim ponašanjem i očekivanjem praktičnih koristi od glasanja, odnosno **klijentelističkim vezama**.¹⁸

TRI KORELATA IZBORNE ODLUKE

1. Partijski sistem – na biračku odluku utiče, pre svega preko svoje **tri ključne karakteristike: stepena fragmentacije, polarizacije i fluktuacije – (ne)stabilnosti partijske scene.**

Nestabilna politička scena, sa relativno brzim i temeljnim izmenama odnosa snaga u kojoj nekadašnji politički bardovi postaju već nakon nekoliko izbornih ciklusa tek epizodisti, uz česte dodatne podele unutar postojećih i nastanak novih stranaka, svakako da otežavaju politički izbor i formiranje stabilne i trajne partijske identifikacije birača.

Nakon decenija prinudnog jednopartizma, odnosno monopolske pozicije komunističke stranke i tamo gde višepartizam nije formalno ukinut, fragmentirani i „prenatrpri“ politički prostor je u vreme „renesanse pluralizma“ logična i očekivana posledica. Ona, međutim, birače stavlja pred složeni zadatak odgonetanja nimalo lake političke zagonetke ili slagalice. Primera radi, i nakon donošenja novog zakona o političkim strankama kojim je podignut prag za registraciju stranaka na 10.000, odnosno 1.000 potpisa za stranke manjinskih nacionalnih zajednica, Srbija i dalje ima svih 87 stranaka kojima se u toku izbora pridruži značajan broj grupa građana i *ad hoc* formiranih koalicija.

Visoka fragmentiranost u kombinaciji sa niskim stepenom polarizovanosti aktera politike daje preobilnu ponudu manje-više istog ili sličnog političkog proizvoda.

Na drugoj strani, visoka fragmentacija, uz istovremenu višestruku političku polarizovanost stvara političke blokove sa dosta čvrstim neporoznim granicama između njih što za posledicu ima retke transfere birača izvan granica svoje političke familije.

Istovremeno, to je i osnov za nastajanje i održanje fenomena opstajanja neuspešne vlasti koja nastavlja da vlada pored ostalog zato što su opozicione stranke međusobno udaljenije nego što je njihova distanca u odnosu na stranke vlasti.

Karakteristike pluripartijskog sistema *in nascendi* u zemljama u tranziciji sa dominantnim autoritarnim nasleđem poput Srbije i zemalja regiona, koje u znatnoj meri bar posredno određuju izbornu volju birača, su i: liderstvo, otvorena pitanja uspostavljanja ili obnove – kontinuiteta državnog identiteta i statusa, i rašireni klijentelizam i koruptivno delovanje u, ali i prema politici i političkim elitama.

Pritom, kraći ili duži period opstajanja sistema sa predominantnom strankom i u uslovima postojanja višestranačja i formalne izborne demokratije je omogućen kroz proces očuvanja

¹⁸ Prethodne analize i komparacije u regionu pokazuju da, primera radi, u Crnoj Gori najveću prediktorsku moć imaju socijalno-demografske veze (pre svega nacionalna pripadnost) i harizmatički tip veze – učitanje poverenja u određenog lidera i tome primereno glasanje (Komar, 2012).

početne kontrole nad resursima, klijentelističkih veza i mogućnosti zapošljavanja u još masivnom javnom sektoru, ulogu neprikosnovenog nacionalnog lidera i imidž nepobedivosti lidera i stranke na vlasti, odnosno gubitnički sindrom opozicije i utisak o uzaludnosti glasanja za opoziciju, na drugoj strani (Komar, 2012).¹⁹

2. Izborni sistem i glasačka odluka. Fragmentiranost partijsko-političkog polja dodatno uvećavaju sledeće karakteristike usvojenih izbornih rešenja – proporcionalni sistem sa relativno niskim izbornim cenzusom koji, dodatno uz otvorenu mogućnost „isplativog“ predizbornog koaliranja (isti cenzus za pojedinačne stranke i koalicije) i afirmativnu akciju u prilog manjinskih zajednica, otvara prostor za (pre)obilnu političku ponudu. Proporcionalni sistem sa zatvorenim izbornim listama omogućuje strukturiranje liste i zadovoljavanje, recimo, kvote rodne zastupljenosti, ali na drugoj strani dozvoljava ogroman uticaj partijske oligarhije i suočava birače sa ograničenim, nametnutim izborom.

Na drugoj strani, personalizovanje političkog izbora bi fokus sa vođe i stranke svakako prebacio i na kandidate. Uvođenje elemenata većinskog sistema bi otvorilo, međutim, i širi prostor za „taktičko glasanje“ odnosno za opredeljenje za glasanje za stranku koja je tek najbliža biračevom prvom izboru, ali koja po njemu ima realne šanse za uspeh na izborima. Za Srbiju sa svim njenim razlikama i specifičnostima čini se da je najbolji izbor personalizovani proporcionalni sistem u kome se na konkretnom izbornom mestu bira pojedinačni kandidat/kandidatkinja, a ukupni rezultati se preračunavaju proporcionalno.

3. Uticaj (posredan) karaktera – tipa političke kulture na donošenje izborne odluke može se detektovati na dve dominantne ravni analize:

- a) **različitih sadržaja i obrazaca političke kulture, odnosno razmatranje (1) kulture sistema, (2) kulture procesa i (3) kulture vladanja, odnosno procenu rezultata i ishoda politike od strane građana, i**
- b) **tipova političke kulture i političkog ponašanja, odnosno dominacije parohijalne, podaničke ili participativne političke kulture.**

Kultura sistema obuhvata sledeće četiri uže empirijski proverljive subdimenzije (1) **podržavanje (demokratskog) političkog i ekonomskog poretka**, ljudska i politička prava i slobode, odnos prema političkom sistemu, problem političke hijerarhije i jednakosti, odnos prema vladavini prava i mišljenja o raznim javnim problemima, (2) **nacionalni identitet i nacionalni ponos** (3) **odnos prema transnacionalnim integracijama i transnacionalnim identitetima**, i (4) **sistem političkih vrednosti** – sloboda, jednakost, pravda, mir i sigurnost.

Kultura procesa uključuje: (1) **politički interes**, političko znanje i informisanost, (2) **političku komunikaciju**, političku toleranciju, konsenzus i konflikt, (3) **političku efikasnost ili kompetenciju**, (4) **stranački identitet** i međustranačke odnose, (5) **političku ideologiju**, (6) socijalno i **političko poverenje** u različite druge (pojedince i institucije) i (7) **političku participaciju**.

Kultura vladanja obuhvata sledeće četiri uže komponente: (1) svest o uticaju vlasti na procese življenja ljudi, **svest o načinima vladanja**, (2) **ocena efikasnosti vlasti** na pojedinim područjima delovanja, (3) **očekivanja od vlasti** i (4) **zadovoljstvo** ukupnim životom, **percepcija budućnosti ljudi u zemlji** – optimizam ili pesimizam.

¹⁹ Kada se recimo radi o odgovoru na veoma interesantno pitanje zašto i pored brojnih sličnosti i zajedničkih karakteristika Crna Gora za razliku od Srbije, sa kojom je dugo bila i u istoj državnoj zajednici, još uvek predstavlja primer sistema sa dominantnom strankom, hipotetički odgovor bi se kretao u pravcu isticanja značaja: očuvanja startne predominantne pozicije, lakše vladavine – logikom malog broja i blizinom vlasti u manjim društvima, više nego dvostruko većim (uz izuzetak vojske) poverenjem u institucije u Crnoj Gori, ali i delovanjem, za razliku od Srbije, spoljnog, prema vlasti prijateljskog okruženja.

Podela na tipove političke kulture: parohijalnu, podaničku i participativnu političku kulturu, odnosno mera njihove raširenosti i međuodnosa u društvu u velikoj meri uslovljava i (su)određuje političko i izbornu ponašanje građana.

Kriterij njihovog razlikovanja zapravo čini različiti odnos prema ulaznim i izlaznim objektima sistema, odnosno prepoznavanje sebe kao subjekta/objekta političkog sistema. Za razliku od parohijalnog stila i pristupa koji odlikuje zaokupljenost lokalnim (parohijalnim) i beg od državnih institucija kojima se ništa ne traži i od kojih se zazire i ništa (dobro) ne očekuje, podaničku kulturu odlikuje slaba ulazna, participativna i kritička komponenta, uz relativno razvijenu izlaznu komponentu – podaničko ispunjavanje obaveza i dužnosti, uz paralelno očekivanje zaštite i dobiti.

Za razliku od parohijana i podanika participativne pre svega odlikuju razvijene ulazne participativne funkcije i upućivanje zahteva institucijama sistema, odnosno široka i razvijena aktivnost – politički kapital građana.

Studije i empirijska istraživanja u Srbiji i regionu govore u prilog oceni o dominaciji podaničko-participativnog, mešovitog i prelaznog tipa političke kulture u kojoj u dominantnim segmentima biračkog tela preovlađuje podanički momenat. Njega odlikuju, pored ostalog, kolektivni (nacionalni) identitet, paternalizam vlasti, klijentelizam, egalitarizam i etatizam, odnosno doživljaj uloge države kao tutora koji svoje podanike treba da ljulja i zbrinjava „od kolevke pa do groba“.

Odnos prema vlasti u podaničkom političkom podneblju odlikuju formalna podrška ili individualistička indiferencija daleko pre nego argumentovana kritičnost ili podrška.

U ovim političkim kulturama preovlađuje odnos pretežnog nepoverenja prema nosiocima inputa: medijima, sindikatima i organizacijama poslodavaca, NVO i, posebno, političkim partijama, odnosno nižeg poverenja u njih nego u tradicionalne državne institucije, odnosno „subjekte autputa – vojsku, policiju, pravosuđe, pa i vlade i upravu.

Neretko, socijalne odnose, političko ponašanje, pa i logiku izbornog opredeljenja u ovim, u velikoj meri još tradicionalističkim, društvima karakteriše **amoralni familizam** (Banfilid), odnosno stil ponašanja i vrednovanja koji društvene ciljeve, norme i institucije podređuje i posmatra kroz optiku familijarnih, prijateljskih, zavičajnih i etničkih veza, što se uspostavlja kao smetnja široj javnoj participaciji i predstavlja istovremeno osnov političkoj korupciji.

PET FAKTORA KOJI (SU)ODREĐUJU IZBORNU ODLUKU

1. SOCIODEMOGRAFSKA OBELEŽJA I IZBORNA ODLUKA

Prva empirijska istraživanja ponašanja birača zasnovana na socijalnoj varijabli sproveli su 30-ih godina XX veka pioniri u oblasti istraživanja javnog mnjenja, predstavnici kolumbijske škole, Lazarsfeld, Berelson i Gaudet. Njihova studija iz 1940. godine, **Narodni izbor** (*The people's choice*) jedna je od prvih koje se bave ovom temom. Ova studija ujedno je i začela jedan od pravaca u razvoju mišljenja o determinaciji političkog ponašanja – socioklasnu hipotezu. Pol Lazarsfeld tvrdi da zapravo, **u osnovi, društvene karakteristike određuju političko opredeljenje.**

Najpoznatiji rad unutar sociodemografskog pristupa dao je Sejmor Martin Lipset, svojom knjigom iz 1960. godine – **Politički čovek**. Osnovna Lipsetova teza jeste da se pojedinci politički opredeljuju posredstvom svog klasnog položaja. Političke stranke su za Lipseta stoga izraz institucionalizacije klasnog sukoba koji postoji u svakom savremenom društvu. Iako u svom delu razmatra značajne različite determinante partijskog opredeljenja (uticaj vladine politike, različiti pristup informacijama, grupni pritisak, unakrsne pritiske kojima je pojedinac izložen), on ipak

naglasak stavlja na ekonomski položaj ljudi. Ukazujući na empirijske podatke o glasanju za jednu od dve velike partije u Americi, Lipset daje zaključke o trajnijoj opredeljenosti nižih klasa (radnika pre svega) za Demokratsku partiju, a viših klasa za Republikansku, generalizujući tu činjenicu na nivo teze o klasnoj determinisanosti političkih opredeljenja. Lipset je osnovnu tezu upotpunio i nalazom o vezi političkog opredeljenja s polom, karakterom i veličinom naselja u kome birači žive, kao i etničkom, religijskom i generacijskom pripadnošću. Ovako postavljena Lipsetova analiza predstavlja osnov za klasični model objašnjenja političkih ponašanja ili model objašnjenja putem sociodemografskih karakteristika.

U njegovom jezgru je i nadalje društveno-ekonomski (klasni) status jer on „predstavlja primarnu determinantu političkih vrednosti među pripadnicima različitih (političkih) crkvi“ (Lipset, 1969: 249). Pri tom, Lipset polazi od empirijski verifikovane činjenice da glasači sa prihodima manjim od proseka tradicionalno pristaju uz partije (levice) koje se zalažu za veću društvenu jednakost, redistribuciju dobara i kapitala i mešovitu svojinu, u čijem upravljanju bi i sami imali određenu (participativnu) ulogu. Na drugoj strani, političke stranke (desnica) koje se zalažu za ekonomske slobode, privatnu svojinu i kapitalizam, odnosno za interese kapitala na osi podela: rad–kapital, natprosečno okupljaju vlasnike kapitala i gornje slojeve sa natprosečnim prihodima.

Ograničeni, u velikoj meri posredovani efekat klasnog statusa na partijsku pripadnost (nizak indeks klasnog glasanja – Alford) rezultat je delovanja **tri grupe razloga: a) dekomponovane i složene prirode samih društveno-ekonomskih grupa; b) brojnosti i složenosti drugih linija socijalnih i političkih podela koje presecaju i natkriljuju socio-klasnu podelu; c) nastojanja partija da zbog izbornih računica formulišu interklasnu, odnosno natklasnu ponudu.**²⁰

Model klasnog glasanja deo je šireg **modela grupnog glasanja** u koje spadaju i **porodično glasanje i generacijsko glasanje** kojima se istražuje stepen saglasnosti političkih opredeljenja unutar porodice ili određenih starosnih grupa. Predmet istraživanja su i različiti stepeni korelacije između pripadanja određenim interesnim grupama (sindikatom, etničkim grupama, konfesijama) i izbornog i političkog opredeljenja.

Iako kritikovan i korigovan, ovaj model je i dalje jedan od osnovnih za utvrđivanje determinanti političkih orijentacija uopšte.

Korak dalje u psihologiziranju socijalnih determinanti političkih preferencija razvijen je u okviru **koncepta subjektivnog blagostanja**. Ovaj koncept pokušava da utvrdi na koji način subjektivne percepcije sopstvenog ekonomskog položaja utiču na izbor političkih i ekonomskih preferencija. Ovaj socijalnopsihološki fenomen predstavlja zapravo rezultat međuigre objektivnih ekonomskih okolnosti i dominantnih ciljeva, aspiracija i vrednosti ljudi.²¹

Koncept subjektivnog blagostanja, redukovano i svedeno na klasnu samoidentifikaciju i osećaj pripadanja privremenim i trajnim tranzicionim dobitnicima i gubitnicima, i njihova očekivanja, u istraživanjima CeSID-a (maj-jul 2005) istraživački tim (Mihailović Srećko, Vuković Đorđe, Mojsilović Miloš, Stojiljković Zoran i Paunović Žarko) primenio je na analizu socijalno-psiholoških korelata partijskih opredeljenja. Konstatovana je, primera radi, relativno značajna i sistematska veza ($C_k=0,38$) između klasne samoidentifikacije i partijskog opredeljenja, koja je, kao i uticaj osećaja dobitništva ili gubitništva ($C_k=0,38$) izraženija od veze između objektivnog kriterija – zanimanja i partijske pripadnosti ($C_k=0,28$)

²⁰ Indeks klasnog glasanja Roberta Alforda inače izražava natproporcionalnu spremnost pripadnika određene klase da glasaju za neku partiju – primera radi, veće učešće radnika u glasačkom telu socijaldemokrata nego što je njihovo učešće u strukturi društva. U slučaju Srbije, nakon 2000. godine takav primer bi moglo biti natprosečno vezivanje niže obrazovanog radništva za radikale.

²¹ Ovaj pravac začet je 60-ih godina u radovima G. Katona, a uobličenu koncepciju veze između ekonomskih očekivanja i sistema socijalnih stavova dao je Strumpel u radu iz 1990. godine (Vasović, 2007).

2. AFEKTIVNO-HABITUELNE VEZE (PARTIJSKA IDENTIFIKACIJA)

Drugi red činilaca koji određuju direktno samu političku pripadnost, ili bar izbornu orijentaciju čine, po Mičigenskom sociopsihološkom modelu Agnusa Kembela i saradnika, partijska identifikacija – osećaj vezanosti birača za određenu stranku.

Partijska identifikacija, odnosno osećaj psihološke bliskosti i vezanosti se, po pristalicama teorije rane političke socijalizacije, formira još u toku detinjstva, kada se oblikuju bazični politički stavovi i identiteti.

No, značajnu ulogu igraju i imidž partije i kandidata, kao i tematska okosnica – najvažniji problemi koji se pokreću u kampanji i rešenja koja se predlažu za njih.

Sam Kembel, je, naime, priznajući nemogućnost da se svi oblici partijskog i izbornog opredeljenja objasne pojmom identifikacije, odnosno osećajem psihološke bliskosti i povezanosti s partijama, pokušao da koriguje ovaj koncept uvođenjem još dve determinante – **imidža partije i tema** koje partije pokreću u svojim kampanjama.

Ove dve determinante imaju u Kembelovoj koncepciji status kratkoročnih faktora koji povremeno determinišu stranačke i izborne preferencije čak različito od partijske identifikacije. Dakle, pružanje podrške određenoj, političkoj partiji ne zavisi samo od osećanja prisnosti s njom – partijske identifikacije – već je najčešće sklop više različitih faktora i konstituenti.

Tako, primera radi, Sartori razlikuje glasanje na osnovu preferencija pitanja koje pokreću pojedine političke partije i rešenja koja nude – (*issue* glasanje), i glasanje na osnovu partijske identifikacije – privrženosti određenoj partiji, kao dva suprotna pola koji odgovaraju različitim tipovima glasačke motivacije (Sartori, 2002: 283-284).

Pritom su identifikacijski birači odani, oni uvek glasaju za istog kandidata ili partiju, nezavisno od toga šta kažu ili rade i to pretpostavlja snažnu identifikaciju.

Za Sartorija „imidž partije“ posredujući je činilac. Partije komuniciraju s biračkim telom posredstvom imidža te je veliki deo njihove izborne strategije upravo usmeren na izgradnju što prikladnijeg imidža za segmente biračkog tela na čije glasove se računa. Imidž partije nije isto što i identifikacija sa strankom, smatra Sartori jer je izvesno da ljudi mogu da se identifikuju s istom strankom, ali da o njoj imaju sasvim različite predstave. Stoga, imidž partije predstavlja praktično derivat tematske orijentacije, na jednoj i partijske identifikacije, na drugoj strani (Sartori, 2002: 284).

Može se, međutim, prihvatiti i teza prema kojoj se partijska identifikacija zapravo temelji na imidžu partije, pa je pozitivan imidž neophodan, ali ne i dovoljan, uslov partijske identifikacije. Pojedinci, naime, mogu imati pozitivan stav o više partija, ali se konačno identifikuju samo s jednom partijom.

Zbog višestruke i složene osnove na kojoj se gradi partijska identifikacija, najispravnijom mi se čini teza da je **partijska identifikacija složena, kompozitna rezultanta dejstva imidža partije, ali i drugih elemenata, poput imidža lidera, porodične i lokalne tradicije, socijalno-ekonomskog statusa ili generacijske i rodne pripadnosti birača**. Mnogi od ovih elemenata mogu u određenim okolnostima imati direktno dejstvo na partijsku identifikaciju, ali i indirektno dejstvo posredstvom imidža partije (Slavujević, 2002: 115; Atlagić, 2007).²²

²² Mirjana Vasović zaključuje da je „rano učenje ishodište političkih stavova odraslih pojedinaca, a njihovo političko ponašanje najvećim delom oblikovano dispozicijama stečenim u detinjstvu“ Prvi kontakt dece sa političkom vlašću i vladom svoje zemlje je sa istaknutim političkim ličnostima koji nose tu vlast. Upravo ti politički autoriteti predstavljaju dobru vezu koja povezuje budućeg građanina sa političkim sistemom... Prema tim autoritetima deca mogu lako da razviju osećanja i stavove koji su značajni za dalje prihvatanje sistema.

Pritom, svaki od političkih i izbornih takmaca nastoji da, u okviru ukupne strategije, izgradi o sebi adekvatnu, poželjnu sliku – imidž u javnosti.

U svakoj strategiji građenja imidža prisutna su bar tri osnovna cilja. Prvi je pojačati svoje prisustvo u javnosti i utvrditi svoj identitet – učiniti ga prepoznatljivim u političkoj ponudi. Drugi korak je naglasiti sličnosti i, posebno, razlike u odnosu na konkurente – partijski diferencijal (Dauns, 1957) Treći, suštinski i odlučujući, istaći svoje prednosti u odnosu na druge i navesti glasače da „baš nama daju svoj glas“.

Pri operacionalizovanju i istraživanju partijske identifikacije **treba razlikovati partijsku identifikaciju u užem smislu** – odnosno psihološku vezanost za stranku, od **šireg razumevanja partijske identifikacije** kao kompozitne varijable koja pokazuje ukupan obim – raširenost i različite osnove formiranja, promenljiv intenzitet i (ne)stabilnost partijske identifikacije.

Prema novom, širem poimanju identifikacija birača sa političkom partijom predstavlja spoj trajnih i manje trajnih determinanti izborne odluke i više nije „egzogeni“, već „endogeni“ faktor izborne odluke (Atlagić, 2007: 65).

Partijsku identifikaciju treba zapravo razumeti kao sintetički izraz svih faktora koji utiču na vezanost birača za pojedinu partiju, sem onih sa trenutnim, neposrednim dejstvom na izbornu odluku, odnosno kao neku vrstu crne kutije u kojoj se ne razaznaje do kraja šta je sve od elemenata i u kojoj meri izazvalo određeno kretanje.

Ovo razlikovanje je posebno važno praviti u „mladim“ izbornim demokratijama i tranzicionim postkomunističkim društvima gde je psihološka vezanost za pojedine stranke, odnosno tradicija porodičnog političkog glasanja i sećanje na ranija politička pripadništva prekrivena poluvekovnom dominacijom jednopartizma. Posledično, partijska identifikacija shvaćena kao formirana čvrsta psihološka veza igra u ovim društvima, sa relativno kratkim i limitiranim iskustvom višepartizma, veoma skromnu ulogu pri formiranju izborne odluke.

3. Harizmatički lider, odnosno poverenje u harizmatičkog lidera i sklonost da se dilema da li i kako glasati razreši identifikovanjem sa moćnim liderom – bez obzira na u međuvremenu pravljenе nemale njegove političke zaokrete je, pogotovo u trusnim periodima promena, značajan izborni motiv i razlog. Tradicionalna, autoritarna društva sa nasleđem vezivanja za oca nacije ili gospodara su takođe „prirodan ambijent“ za ključnu ulogu lidera. Suprotno, jasan je startni politički deficit ako je na čelu stranke bezlična figura bez harizmatičkih svojstava.

I u društvima sa jasnom demokratskom tradicijom i institucijama, pre svega u meri u kojoj raste – u relaciji sa sve većim značajem medijske sfere i uloge medija kao konstruktora stvarnosti, značaj personalizovane politike i imidža lidera, raste i uloga lidera u opredeljenju birača. I proces deideologizacije – debalastiranjem od ideološkog bagaža – preciznije klasičnih (ekonomskih) podela na levicu i desnicu, odnosno programsko približavanje za posledicu ima dodatno jačanje uloge lidera.

Zbog svega ovoga politički autoriteti se posmatraju kao „kritičke tačke“ dečijeg kontakta sa političkim sistemom (Vasović, 2007: 160). U prvim istraživanjima koja su rađena na ovu temu, rezultati pokazuju da je „kritičan period“ za prihvatanje političkih orijentacija period od sedme do četrnaeste godine. „Interesovanje dece za izbore i predsedničke kandidate najviše provocira „folklor“ izbornih kampanja, odnosno prateći politički marketing (propagandni politički spotovi i slogani, partijski simboli, reklamni materijali, plakati, bedževi...)“ (Vasović, 2007: 173). Pored partijskog folkloru veliku ulogu imaju i mediji i svakodnevene diskusije o izborima i kandidatima. Uticaj roditelja na preferencije dece o političkim partijama svakako je veliki. Ovoj tvrdnji ide u prilog činjenica da između roditeljskih i dečijih preferencija ka određenoj stranci ima mnogo više podudarnosti nego što je to slučaj sa drugim političkim stanovištima. „Jačina uticaja u svakom pojedinačnom slučaju zavisice od politizovanosti roditelja, od toga koliko su međusobno politički saglasni, kao i od prirode emocionalnih odnosa koje imaju sa detetom.“ (isto, 175)

Proces medijalizacije kampanja i personalizacije politike rezultirao je marketinškom praksom „proizvođenja lidera“, i pražnjenjem politike od realnih sadržaja. Da bi se došlo do dobrog imidža lidera najpre se vrše istraživanja javnog mnjenja. Od ispitanika se traži odgovor „kakve osobine treba da ima *idealni lider*?“. Prema rezultatima do kojih se došlo primenom faktorske analize, „četiri faktora dolaze do izražaja kada je reč o osobinama kandidata: kompetentnost, liderstvo, poštenje i empatija (*briga o ljudima kao što sam ja*).“ (Atlagić, 2007: 101)

Po dobijenom odgovoru na pitanje o poželjnim osobinama traga se za odgovorom na pitanje kako birači percipiraju osobine konkretnih lidera. Kada se dobiju poželjne osobine, elementi imidža konkretnog lidera se „doteruju“ prema poželjnim osobinama zavisno od afiniteta različitih grupa birača, kao potencijalnih ciljnih grupa kampanje.

4. Nasuprot jačanju uloge lidera, programatske veze – praksa vezivanja izborne odluke za prihvatanje programskih ciljeva i sadržaja postaje, sem kod identitetskih pitanja i u stanjima velikih preloma – „političkih zemljotresa“ tek stvar od relativno marginalnog značaja i uticaja.

(Ne)spremnost da se glasa na osnovu prihvatanja programskih koncepata dodatno doprinosi istovremeno dvostruko otvoreni problem kako nekonzistentnosti „ponude“, odnosno (ne) prepoznatljive pozicije partija, na jednoj, tako i mere konfuznosti, nedostatnosti i nerazvijenosti pozicije birača – političke tražnje, na drugoj strani.

U takvom okviru, programsko glasanje se praktično svodi na tematsko glasanje. **Tematsko glasanje (*issue voting*)** podrazumeva opredeljenje birača za stranku ili kandidata na osnovu toga što pokreću pitanja za koja je građanin najzainteresovaniji i nude mu poželjna ili bar prihvatljiva rešenja. Temeljna pretpostavka je da akteri raspolažu informacijama – znaju šta su ključni problemi za biračko telo u celini, odnosno za pojedine njegove segmente.

Na drugoj strani, ovaj tip „problemskog glasanja“ podrazumeva birača koji je: svestan problema koji se pokreće i razume ga, ubeđen je u njegov značaj i ume da napravi razliku između pristupa i rešenja koja se nude i razluči njihove različite posledice po svoj vlastiti interes.

Po pravilu, tematsko glasanje karakteriše slabije partijski identifikovane, ali istovremeno i obaveštenije, zainteresovane i obrazovane birače, sklone vezivanju za programske koncepte (Slavujević, 2002: 118-123; Sartori, 2002: 287-288).

5. Racionalni izbor ili kljiteljizam birača – njihova spremnost da razmene glasove za (opipljive) benefite.

Grupi izbornih motiva pripada i ekonomski model „racionalnog birača“ Entonija Daunsa, koji je on izneo u svom radu **An Economic Theory of Democracy (Downs, 1957)**. Racionalan je onaj birač, koji izlazi na izbore i glasa za partiju i kandidata za koje veruje, na osnovu proračuna, da će mu doneti više pogodnosti i (materijalne) koristi, ukoliko dođu na vlast. Koncepti korisnosti (dobiti) i isplativog utroška sugerišu da je ponašanje birača diktirano procenom sopstvenih interesa, odnosno da će on učestvovati na izborima samo pod uslovom da očekivana dobit prevazilazi troškove. Njegov „trošak“ predstavljaju vreme i energija koju on ulaže u raspitivanje o kandidatima, upoznavajući se s programima stranaka i kandidata i međusobno ih upoređujući, kao i, nakon donošenja odluke, troškovi samog izlaska na biračko mesto i glasanja (Downs, 1957: 28-30; Sartori, 2002: 278-279).

Prethodno, racionalni glasač pravi i procenu koliko su izbori značajni i neizvesni, kako će drugi glasati, da li će i koliko koristi imati od promene vlasti nasuprot koristi koju ima od postojeće i, posebno, da li njegov glas može biti „glas odluke“ Pritom, izbornu odluku donosi tako što, ako

proceni da mu promena vlasti može doneti veću dobit koja istovremeno prevazilazi njegove troške – glasa za opoziciju. U suprotnom, glasa za partiju, koaliciju na vlasti ili apstinira.

Analiza i merenje uticaja kljentalističkog motivisanja odluke birača suočeno je sa dve vrste problema. Prvi predstavlja činjenica da je uticaj ovog faktora na donošenje izborne odluke po pravilu potcenjen zbog prakse pružanja društveno poželjnih odgovora. Neophodno je zato, mrežu indikatora graditi tako da stepen prihvatanja glasanja zbog, recimo, zaposlenja i olakšica na poslu, oprosta dugova i računa, dobijanja stana i (povoljnih) kredita, bude vezan za procenu ponašanja drugih, a ne (ne)kritički uvid u ponašanje i motive samih ispitanika.

Na drugoj strani, načelan, konceptualni problem s ovim ekskluzivnim, jednofaktorskim „racionalnim“ pristupom jeste što previše računa na „hladnu objektivnost“ i interesnu računicu birača, potcenjujući pri tom svu njegovu „iracionalnost“, uslovljenu njegovim ukusima i afinitetima, ili pak prihvaćenim uverenjima (svetonazorom) i grupnim pripadnostima.

Realnom, i empirijski proverljivom, čini se zato ocena da upravo složena međuigra i neizvesni rezultat uticaja ekonomskih i sociodemografskih i psiholoških faktora (čije delovanje su istraživali autori poput Lipseta, Rouza i Konversa) čini tek sinergiju njihovog delovanja (kroz formiranu partijsku identifikaciju) razlogom određenog izbornog ponašanja.

Konjunktorni činoci

Pored posrednog delovanja makro faktora (partijski i izborni sistem, politička kultura) i dejstva izdvojenih pet determinanti na izbornu odluku utiču i brojni, neposredni uticaji i podsticaji plasirani u toku izbornih kampanja. Ovaj stav bar posredno potvrđuje i Kembelovo **razlikovanje partijske identifikacije i glasanja na pojedinačnim izborima, zato što konkretna izborna odluka može biti posledica *short-term* dejstva niza činilaca.**

Pored same izborne kampanje, veća izborna participacija od partijske identifikacije može biti rezultat veoma značajnog **sinergijskog efekta formiranja pojedinih izbornih koalicija.**

Sinergijski efekti ukazuju na obim onog dela izborne podrške koja se ne temelji na partijskoj identifikaciji s pojedinačnim članicama koalicije, već na opredeljenju za koaliciju u celini. Kako je veoma često reč o ideološki i programski heterogenim koalicijama koje su formirane oko minimalnih političkih ciljeva (smena režima na vlasti), s kojima i nije moguće razviti potpuniju identifikaciju, nalazi o izbornoj podršci koalicijama u celini ne mogu biti uzeti kao indikator partijske identifikacije. Naravno da se, na drugoj strani, iz izborne odluke da se glasa za određenu koaliciju kasnije može razviti partijska identifikacija s nekom od njenih članica.

Kada je o ukupnoj izbornoj orijentaciji reč, time bar indirektno i partijskoj identifikaciji, reč i njihovim oscilacijama – sužavanju ili širenju, možemo na kraju konstatovati da kada je izborna ponuda mršava, birači su u većoj meri neodlučni za koga će glasati. Time opada i njihova motivacija da uopšte izađu na izbore. I obrnuto, **bolja, potpuna izborna ponuda, uz procenjen veliki značaj nacionalnih izbora znači istovremeno i veću motivaciju da se izađe i glasa za svog kandidata.**

UMESTO ZAKLJUČKA: ZAŠTO GLASAMO, KAKO GLASAMO I KADA I ZAŠTO MENJAMO IZBORNO OPREDELJENJE

RAZLOZI IDENTIFIKOVANJA BIRAČA SA POJEDINIM PARTIJAMA

U osnovi izbornog opredeljenja odnosno partijske identifikacije stoje brojni konceptualni i pragmatiski, dugoročni i kratkoročni razlozi.

Prema CeSID-ovim istraživanjima javnog mnjenja, u jesen 2005. godine u osnovi partijske identifikacije može biti za nešto više od trećine građana, **prihvatanje ideološkog projekta partije, ili bar saglasnost sa političkim pristupom i načinom rešavanja pitanja koje pristalice ocenjuju kao važna** za realizaciju svojih i interesa svoje društvene grupe.

Radi se zapravo o kumuliranju (sinergiji) delovanja interesne, socijalne i tematske, odnosno programske varijable.

Birači, međutim, najčešće nisu u stanju da jasno unutar (pre)obilne političke ponude, na nivou razlikovanja političkih koncepata, identifikuju svoj partijski izbor. Mnogi za to nemaju ni dovoljno znanja niti volje i interesa. Osim toga, u situaciji u kojoj živimo, niti je izborna telo jasno socijalno diferencirano niti su, povratno, partijski programi jasno profilisani. Stalna programska pomeranja i uzajamne pozajmice otežavaju izbor i zainteresovanim i upućenim u programske koncepte i razlike.

Naravno, veliki je broj i onih (trećina) racionalnih birača (Dauns) koji se opredeljuju krajnje pragmatično polazeći od koristi od određenog političkog izbora, odnosno od procene šansi za realizovanje sopstvenih neposrednih individualnih interesa.

Veliki broj (u ovom istraživanju petina) sopstvene dileme i nedovoljno razumevanje stranačke scene razrešava, ukoliko se uopšte politički opredeljuje, **izborom ličnosti lidera u koga će verovati i čiju stranku će slediti**. Pozitivna predstava, imidž, koju stranka stvori o sebi i o svom lideru, u kulturama sklonim personalizovanju političkog izbora, od velikog je uticaja na širinu i intenzitet određene partijske identifikacije.

Pored tri osnovne grupe razloga i osnova za formiranje partijske identifikacije – programskog opredeljivanja, odnosno tematskog glasanja, identifikovanja s liderom i kandidatima i interesnog, klijentelističkog opredeljivanja, na izbornu orijentaciju i konkretnu odluku utiče posredno i snaga i organizaciona razvijenost partija. Postojanje lokalnih i opštinskih odbora u pozitivnoj je korelaciji sa stepenom orijentacije ka određenoj partiji. Veću šansu da zadobiju širu podršku imaju, naime, partije koje su uspele da premore čitavu teritoriju.

Izvestan, manji broj glasača svoju izbornu odluku formira i u skladu sa formiranom partijskom identifikacijom – vezanošću za partiju porodičnom i lokalnom tradicijom, odnosno glasanjem u skladu s porodičnom političkom klimom i opredeljenjem („porodično glasanje”) ili pod uticajem prijatelja i lokalnih uglednika.

Konjunkturane razloge za donošenje izborne odluke u poslednji čas, uglavnom bez prethodno formirane partijske identifikacije, čini glasanje pod uticajem medija i propagande, odnosno karakter obećanja datih od strane partija i kandidata u toku izborne kampanje, kao i „taktičko glasanje” bazirano na proceni izbornih šansi stranaka i kandidata.

Empirijski je verifikovana činjenica da se jedan broj birača, pre svega neodlučnih, u empirijskim istraživanjima u Srbiji u poslednjoj deceniji približna petina, opredeljuje na osnovu datih obećanja u kampanji. Obećanja određuju, ili bar utvrđuju izbornu orijentaciju. No, evidentan je sve više i kontra efekat obilatog razmetanja izbornim obećanjima: usled čestih izbora, i odsustva percepcije da se stvari menjaju nabolje, raširena je svest da se radi samo o praznoj političkoj retorici.

„**Taktičko glasanje**” čini motiv i opredeljenje da se glasa za aktere s izvesnim izbornim izgledima. Najčešće se radi o fenomenu „priklanjanja pobjedniku”, odnosno glasaju za političku opciju za koju postoji rašireno uverenje da će dobiti (relativnu) većinu glasova i osvojiti (zadržati) vlast.

Na drugoj strani, birači izbegavaju da „bace svoj glas” i glasaju za sebi najbližu, ali (relativno) malu i neuticajnu stranku, najčešće se opredeljujući da glasaju za svoj drugi, rezervni, ali sa stanovišta procenjenih izbornih izgleda, sigurniji izbor.

Promene izbornog opredeljenja

Kada je o promenama izbornog opredeljenja reč, mogli bismo konstatovati da se kao **najčešći razlozi izborne fluktuacije, kao i ukupne nestabilnosti partijske identifikacije u Srbiji javljaju dve grupe makro – faktora: (ne)povoljni ekonomski i socijalni pokazatelji, pre svih drugih krize i velike društvene i političke promene, ali i samo partijsko tržište, odnosno dinamika odnosa sukoba/saradnje na (među) partijskoj sceni.**

Šire, kontekstualne razloge promena izbornog opredeljenja možemo dalje razložiti na (1) ukupno razočaranje učincima dotadašnje vlasti; (2) brojne pojave mita i korupcije i afere koje ih prate; (3) krizu, neuspešnu socijalnu politiku i rezultirajući rast siromaštva i (4) probleme vezane za svojinske odnose i privatizaciju i rast nezaposlenosti.

Razlozima interne partijske dinamike, odnosno rezultirajuće promene političke ponude pripadaju pak: (1) unutarpartijski i međupartijski konflikti koji rezultiraju podelom unutar postojećih i/ili pojavom novih političkih aktera; (2) (ne)očekivani koalicioni aranžmani, kao i (3) veliki programski zaokreti i radikalne izmene političkih partnera i saveznika.

Primer: Predizborni kontekst i klima 2008-2012-te: rasep među radikalima i planetarna kriza

Unutar ovog interpretativnog modela, nakon izbora iz 2008. godine dva ključna događaja: jedan interno politički – rasep unutar najjače stranke SRS i nastajanje SNS i drugi eksterni – planetarna ekonomska kriza, odnosno njihove socijalne i političke reperkusije su u najvećoj meri odredili politički život Srbije i uticali na partijska opredeljenja građana.

SNS Tome Nikolića je (2008. godine) uspeo da najveći deo biračkog tela nekadašnjeg SRS-a „prebaci“ u svoje polje: njihovo učešće u kategoriji opredeljenih je bilo 25%, dok je SRS imao 7% izbornu opredeljenih. Podaci iz istraživanja u 2010. i 2011. godini govore da opredeljenost glasača ka SNS-u raste i kreće i do trećine stranački opredeljenog dela izbornog tela, dok istovremeno opada podrška i identifikacija sa SRS-om, tako da se SRS kreće oko cenzusa.

U jesen 2008. godine, koalicija „Za evropsku Srbiju“ beleži rejting od 40% podrške izbornu orijentisanih. Nekoliko godina kasnije dolazi do pada u obimu izborne podrške demokratama. Razloge za pad podrške građana Demokratskoj stranci treba tražiti u sve lošijem ekonomskom stanju građana, nezadovoljstvu korupcijom, radom državnih organa i stanjem u državi.

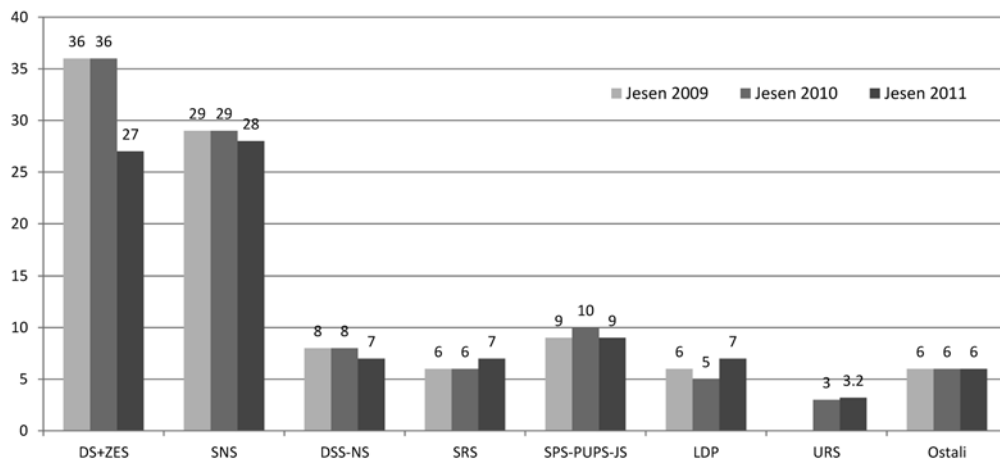
Sudbina „narodnjačke“ koalicije, prema dosadašnjim političkim pregrupisavanjima, pod velikim je znakom pitanja. Dvojac DSS-NS je beležio pad podrške među izbornu orijentisanimi od oktobra 2008, kada je ona iznosila 9%, do septembra 2009. godine, kada je bila 8%. Približavanje političkih stavova SNS-a i NS-a, kao i obrazovanje pojedinih predizbornih koalicija na lokalnom nivou, praktično su suspendovali koaliciju DSS-a i NS-a i stranku Velje Ilića prebacila u politički brak sa naprednjacima. Time je DSS ekskluzivno ostao na poziciji „političke i vojne neutralnosti“.

Istovremeno, u međuvremenu je došlo do rasta uticaja koalicije SPS sa PUPS i JS, kao i pozicija LDP-a koji u poslednja dva izborna ciklusa beleži izborni rezultat tik iznad cenzusa.

U međuvremenu G17 Plus je (još jedanput) pred raspisivanje izbora zauzeo „poluopozicioni“, status i ovoga puta zaigrao na regionalnu kartu, odnosno na, formiranjem Ujedinjenih regiona Srbije (URS), političku artikulaciju potrebe za decentralizacijom i ravnomernijim regionalnim razvojem.

Globalno posmatrano, u istraživanjima javnog mnjenja u Srbiji 2011. godine utvrđeno je da je broj opredeljenih glasača u velikoj meri opao. Kao razlog za to najčešće je navođeno da je porasla razočaranost birača u političke prilike u Srbiji, kao i da je ekonomski položaj države i njenih građana na jako lošem nivou.

Grafikon 1: Promena izborne orijentacije građana 2009, 2010. i 2011. godine



No, sa približavanjem izbora i nastojanjem stranaka da njihov značaj prikažu sudbonosnim a ishod krajnje neizvesnim, u kome svaki glas može biti presudan, ponovo raste (slaba i nesigurna) partijska identifikacija i doseže, u poslednjih nekoliko izbornih ciklusa uobičajenu izlaznost, od tri petine birača.

U skladu sa prezentiranim modelom stvari su dodatno iskomplikovali novonastali politički akteri poput Dveri koje su dodatno fragmentirale prostor evrofobične desnice i lišile je parlamentarnog statusa.

LITERATURA

- Atlagić, Siniša** (2007), Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije: teorijske kontroverze i problemi empirijskog istraživanja, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka, Beograd
- Blondel, J.** (1970) Voters, Parties and Leaders, The Social Fabric of British Politics, Penguin Books, London
- Cambell, A; Convers, P; Miller W; Stawes, D.** (1966) The American Voter, University of Michigan, New York, John Wiley and Saus
- Downs, A.** (1957) An Ekonomik Theory of Democracy, London, Harper and Row
- ur. Goati Vladimir** (2002), Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000, Friedrich Ebert Stiftung, Institut društvenih nauka, Beograd
- ur. Golubović Zagorka** (2007), Politika i svakodnevni život III – Probuđene nade, izneverena očekivanja, Fondacija Heinrich Boll, Beograd
- Grupa autora** (2010), Kako građani Srbije vide tranziciju – istraživanje javnog mnjenja, Friedrich Ebert Stiftung, Beograd
- Komar, Olivera** (2012), Determinante izbornog ponašanja, doktorska disertacija, Fakultet političkih nauka, Podgorica
- Komšić Jovan, Pantić Dragomir, Slavujević Zoran** (2003), Osnovne linije partijskih podela, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka, Beograd
- Lipset, S.M.** (1969), Politički čovek, Rad, Beograd
- ur. Lutovac Zoran** (2006), Političke stranke i birači u državama bivše Jugoslavije, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka, Beograd

ur. Lutovac Zoran (2007), Birači i apstinenti, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka, Beograd

ur. Mihailović S. (2005), Pet godina tranzicije u Srbiji, Socijaldemokratski klub i Friedrich Ebert Stiftung, Beograd

Orlović S. (2008), Politički život Srbije (između partokratije i demokratije), Službeni glasnik, Beograd

Sartori G. (2002), Stranke i stranački sustavi, Politička kultura, Zagreb

Slavujević, Zoran (2007), Izborne kampanje – pohod na birače, Friedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka, Beograd

Slavujević Zoran (2002), Politički marketing, Fakultet političkih nauka, Beograd

Stojiljković Zoran (2008), Partijski sistem Srbije, Službeni glasnik, Beograd

Stojiljković, Zoran (2011), Lavirinti tranzicije, Službeni glasnik, Beograd

Vasović, Mirjana (2007), U predvorju politike, Službeni glasnik, Beograd

<http://www.nspm.rs/istrazivanja-javnog-mnjenja/>

<http://cesid.org/>

http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/propisi_frames.htm

<http://www.fes.rs/pubs.html>

<http://www.politika.rs>

<http://www.blic.rs/>

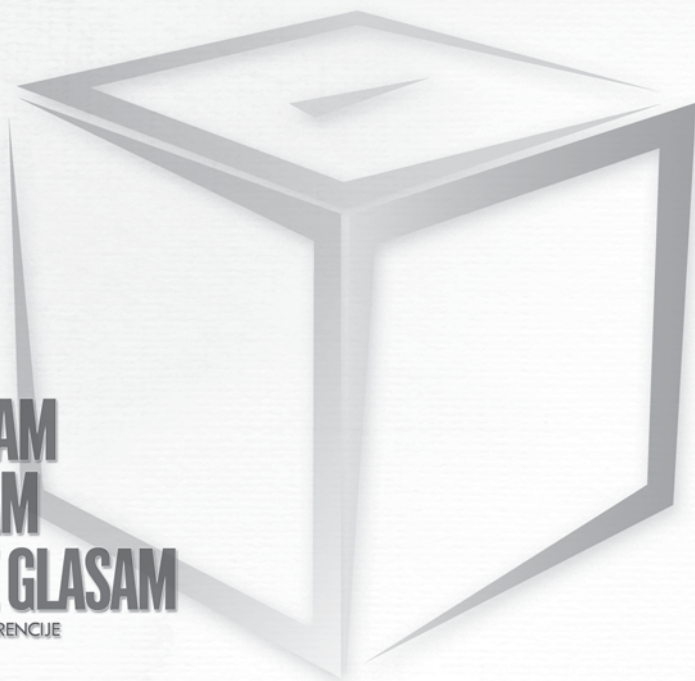
<http://www.mc.rs/istrazivanja.826.html>

International Institute for Democracy and Electoral Assistance (IDEA) www.idea.int/vt/survey

NORMATIVNI I POLITIČKO-KULTURNI KORELATI IZBORNOG PONAŠANJA

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCİJE



IZBORNI SISTEM I OPREDELJIVANJE BIRAČA

I

Izborni sistem je pravno definisani okvir u kome se odvija izborni proces.²³ Radi se o posebnoj vrsti političkog procesa koji je najpotpunije uređen: zna se kada počinje, kakve su uloge, prava i obaveze pojedinih aktera – birača, partija, kandidata, izbornih organa, medija, političkih i pravosudnih institucija – koliko traju pojedine faze, ko arbitrira u konfliktima i kada se završava. Izbori su konfliktna vrsta političkog procesa u kojem se nadmeću stranke, programi, lideri i kandidati za glasove birača. Njime se struktura distribucija moći u društvu i državi. Izborna utakmica se završava određivanjem pobjednika, onih koji će vršiti vlast, i poraženih, onih koji će vršiti ulogu opozicije (Jovanović, 2004).

Po pretpostavci to je i najmasovniji politički proces, najrasprostranjeniji i najčešće korišćen oblik političke participacije. U donošenju izborne odluke učestvuju svi građani političke zajednice. Zbir pojedinačnih odluka građana-birača izborni sistem pretvara u opštu političku odluku. Ona je izrazito nerecipročna. U građenju izborne odluke učestvuju, načelno, svi građani – biračko telo. Njome se konstituše predstavničko i zakonodavno telo sastavljeno, uvek, od nemerljivo manjeg broja pojedinaca u odnosu na broj onih koji glasaju, a koje ima mandat da donosi odluke obavezujuće za celu političku zajednicu, sve građane-birače i one koji glasaju i one koji apstiniraju (Jovanović, 1996: 11).

Uticao izbornog sistema na opredeljivanje birača da li će i kako glasati je nesporan. Dovoljno je podsetiti da izborni sistem definiše ko može da glasa i da se preko uslova za sticanje biračkog statusa, putem imovinskog, starosnog, obrazovnog, polnog, rasnog i sl. cenzusa, može sužavati ili širiti biračko telo i direktno uticati na izbornu odluku. I činjenica da pravo glasa može biti izbornim sistemom pretvoreno u obavezu, odnosno od prava pretvoreno u dužnost građana, direktno utiče na obim participacije, eliminiše apstinenciju i direktno oblikuje ishod izborne odluke. Dodamo li tome formiranje izborne evidencije, biračkog spiska, bilo da se to čini samoregistracijom građana ili delovanjem državnih organa, te da taj proces nije lišen grešaka, raznih mogućnosti manipulacije, od administrativnih i birokratskih barijera za evidentiranje do raznih vidova zloupotreba, slika uticaja izbornog sistema na birače već na prvom elementu postaje očigledna. Ona se upotpunjuje karakteristikama drugih elemenata izbornog sistema. Tako birači radije glasaju u sistemima koji im omogućavaju direktno glasanje za ličnost. Zatvorene, pa još blokirane, izborne liste destimulišu izbornu participaciju. Izborne liste u sadejstvu sa vrstom izborne jedinice determinišu i ponašanje kandidata. Jednomandatna izborna jedinica i direktno glasanje jednostavniji su za birače, a od kandidata zahtevaju lični angažman i isticanje ličnih kvaliteta u odnosu na stranačke i programske preferencije. Izborne liste, čak iako su otvorene i kombinovane sa raznim vrstama alternativnog, preferencijalnog ili glasanja panaširanjem, kandidate guraju u drugi plan u odnosu na lidera, stranku i program, i depersonalizuju komunikaciju sa biračima i zato su biračima manje poželjna opcija. Tome treba dodati i tehnike glasanja, utvrđivanja rezultata sve do kontrole izbora i zaštite biračkog prava.

²³ Ovaj prilog rezultat je rada na istraživačkom projektu „Demokratski i nacionalni kapaciteti političkih institucija Srbije u procesu međunarodnih integracija“ koji finansira Ministarstvo za prosvetu i nauku Vlade republike Srbije br. 179009, a realizuje Institut za političke studije u Beogradu.

O tome kako pojedine vrste izbornog sistema, većinskog, proporcionalnog ili mešovitog, i pojedini elementi u njima utiču na izbornu ponašanje birača postoje brojne teorijske i empirijske studije. Sve svedoče o sistemskim uticajima na izbornu participaciju, ali se spore o kauzalnosti uticaja, posledicama koje proizvode pojedini elementi i intenzitetu tih posledica. Za izborni sistem u celini od velike važnosti je da li ga svi izborni akteri, birači posebno, shvataju kao pravedan okvir za pošteno i ravnopravno izbornu nadmetanje partija, programa, kandidata, politika i ideja, okvir koji svim učesnicima može obezbediti predstavljanje, učešće u vlasti i vršenje vlasti. Izborni sistem koji birači unapred doživljavaju kao mehanizam koji izvesno istog aktera stalno proizvodi u pobjednika izborne utakmice, a druge u stalne gubitnike, nestimulativni su za izbornu participaciju.

Detaljno obrazloženje uticaja izbornog sistema na birače nije svrha ovog rada. Uvodno isticanje najmarkantnijih i nespornih elemenata izbornog sistema koji utiču na birače ima za cilj da ukaže na postojanje veze između izbornog sistema i glasanja. Biračima te veze i uslovljenost nije i ne mora uvek biti jasna. Oni je u najvećem broju nisu svesni niti su sposobni da racionalno shvate mehanizme izbornog sistema u kontekstu svog angažmana u izornoj utakmici. Ali to ne znači da ne mogu racionalno ocenjivati koji im izborni sistem više pogoduje za učešće u izbornom procesu.

Srbija je za dve decenije od lokalnog preko pokrajinskog do centralnog nivoa često menjala temeljni tip izbornog sistema (Jovanović 2011: 233). Narodni poslanici biraju se po proporcionalnom izbornom sistemu sa jednom izbornom jedinicom, blokiranom zatvorenom izbornom listom, 5%-tnim zakonskim izbornim pragom i prirodnim izbornim pragom za liste nacionalnih manjina. Taj model je najduže u upotrebi. Po njemu su birana četiri saziva Narodne skupštine, 2000, 2003, 2007. i 2008. godine. U tim izbornim ciklusima stranke su po vlastitim kriterijumima dodeljivale mandate koje su osvojile na osnovu broja glasova, mimo redosleda kandidata na listi. Ovaj model je na snazi za izbore 2012. godine, ali izmenjen. Ustavni sud je poništio odredbe Zakona o izboru narodnih poslanika koji je strankama omogućavao slobodu pri raspodeli mandata i naložio da se mandati raspodeljuju po redosledu kandidata na listi. Identičan model i identične promene tog modela odnose se za izbore odbornika u gradovima i opštinama. Poslanici Pokrajinske skupštine AP Vojvodine biraju se po mešovitom, paralelnom, izbornom sistemu – 60 poslanika se bira po proporcionalnom izbornom modelu, a druga polovina po dvokružnom većinskom izbornom sistemu. Istovremeno se održavaju i izbori za predsednika republike. Tako će većina građana na izborima imati najmanje dva listića, za narodne poslanike i predsednika republike, a najviše pet, za izbor odbornika u opštinama, odnosno gradovima, a birači u AP Vojvodini još dva listića za izbor pokrajinskih poslanika.

Cilj ovog rada je da u nekim elementima odgovori na nekoliko pitanja. Da li birač u Srbiji zna kako izborni sistem usmerava njegovo glasanje? Da li birač zna šta će izborni sistem uraditi sa njegovim glasom? Da li kada popuni glasački listić birač zna kakvu će vladu dobiti? Da li birač zna šta će izborni sistem uraditi sa njegovim pravom da ne glasa, da ubaci „beli listić“, da glasački listić učini nevažećim? Da li će održavanje izbora na svim nivoima uticati na birače i kako?

II

1. Evidencija birača od prvih izbora 1990. godine predmet je stalnih kritika i sporenja. Ni jedni izbori održani od tada nisu prošli bez sumnji i manjeg ili većeg broja primera neažurnosti i netačnosti u evidenciji birača, ali i nezakonite intervencije u evidenciju birača, najčešće brisanjem građana koji su imali biračko pravo ili propuštanjem da se iz evidencije izbrišu građani koji su iz zakonskih razloga to pravo izgubili. Lošoj slici evidencije birača doprinosila

je ne samo neažurnost nadležnih organa lokalne samouprave koji su po zakonu vodili evidenciju birača, nego i nemotivisanost birača da ličnim angažovanjem provere da li su u evidenciji i da li su ispravno uneti svi potrebni podaci; zatim veliki broj migranata, izbeglih i raseljenih lica, kao i lica u inostranstvu, a sve bez uredne prijave boravišta i prebivališta; odsustvo standardizacije u vođenju evidencije, nekoordinisanost raznih državnih organa na poslovima ažuriranja biračkog spiska i uopšte nizak administrativni kapacitet državne uprave i administracije u jedinicama lokalne samouprave. To je za posledicu imalo nepostojanje jedinstvenog biračkog spiska, posebno u elektronskoj formi, iako je to bila zakonska obaveza. Srbija praktično nije imala sređenu evidenciju birača. Fluktuacije u biračkom spisku od izbora do izbora bile su često neobjašnjive, a to je dodatno podgrevalo sumnje i stvaralo podlogu za partijska sporenja.

Srbija je posle dvadesetdeve godine od redemokratizacije dobila jedinstven birački spisak kao elektronsku bazu podataka (Zakon o jedinstvenom biračkom spisku, Službeni glasnik RS 104/09 i 99/11). On je suštinski zadržao istu metodologiju vođenja evidencije, ali sada isključivo kao elektronske baze podataka. Evidenciju vode, formiraju i ažuriraju isti organi kao i pre. Ista je procedura provere, načina upisa, izmena i brisanja u birački spisak. Novina je što su sve te intervencije evidentirane u elektronskom sistemu tako da se u svakom trenutku zna ko je i šta menjao u biračkom spisku, ali i mogućnost da se glasa van mesta prebivališta i bez mogućnosti duplog upisivanja birača. Pa ipak i pored ovih promena evidencija birača nije bila lišena sumnji i kritika. Tako je Republička izborna komisija petnaest dana pre izbora na osnovu rešenja Ministarstva za državnu upravu i lokalnu samoupravu saopštila da je ukupan broj birača u Srbiji 7.026.579 (www.rik.parlament.gov.rs 15.5.2012). Taj broj je izazvao polemike jer je bio nelogično veliki u odnosu na broj stanovnika. Nepune dve nedelje kasnije, dva dana pre glasanja, Republička izborna komisija objavila je konačan broj birača 6.770.013. Iz evidencije je nestalo preko 261.000 birača zbog odluke RIK da zapečati toliki broj listića za parlamentarne i predsedničke izbore u opštinama Đakovica, Dečani, Suva Reka, Glogovac, Kačanika i Štimlje na Kosovu i Metohiji.

Evidencija birača je prva stepenica u demokračičnosti izbornog procesa. Jednostavno mora se znati ko može da učestvuje u izornoj utakmici i težiti da se broj „nelegalnih“ igrača na terenu svede na minimum i postepeno potpuno eliminiše. Evidencija jeste poboljšana, ali brojni slučajevi koji govore da su neki birači upisani pogrešno, da su upisani u biračke spiskove za jedan nivo glasanja, a za drugi izostavljeni, pokazuju da prostora za ažuriranje ima i da ga treba smanjiti. Osim toga, netačan birački spisak otvara polemike o visini izlaznosti na biračka mesta i stepenu apstinencije. Veliki broj upisanih birača koji decenijama žive u inostranstvu i ne glasaju stvaraju nerealnu sliku o izornoj participaciji. Suštinski, Srbija nema problema sa odzivom birača. Stepem izborne participacije je visok i to je dobro za konsolidaciju demokratije. Do sledećih izbora treba maksimalno otkloniti što više netačnosti u biračkom spisku i učiniti ga što preciznijim.

2. Proporcionalni izborni sistem pretpostavlja samostalan izborni nastup partija. Koalicije nisu imanentne ovom izbornom modelu jer se svakoj stranci dozvoljava da proveri svoj rejting u biračkom telu, odnosno dobije glasove birača onih socijalnih slojeva čije interese zastupaju. Ideja proporcionalnosti zasniva se na izboru predstavničkog tela kao umanjene, što vernije slike, nacije. Međutim, na izborima 2012. godine u Srbiji to nije slučaj. Za mesta u Narodnoj skupštini pretendovalo je 18 izbornih lista u okviru kojih je bilo postrojeno najmanje 93 organizacije – 54 partije, od 89 upisanih u registar, i 39 udruženja i grupa građana.

Od osamnaest, jedanaest izbornih lista nastupilo je samostalno – devet izbornih lista partija, Demokračka stranka Srbije, Savez vojvođanskih Mađara, Stranka demokračke akcije Sandžaka, Nijedan od ponuđenih odgovora, Srpska radikalna stranka, Komunistička partija – Josip Broz,

Socijaldemokratski savez, Reformistička stranka i Crnogorska partija, i izborne liste dva pokreta, ustvari dve grupe građana, Dveri za život Srbije i Pokret radnika i seljaka. Od ove grupe tri izborne liste stekle su parlamentarni status, DSS preskočivši zakonski izborni prag, SDA i Nijedan od ponuđenih odgovora osvojivši broj glasova veći od prirodnog izbornog praga.

Samostalan nastup većine od utvrđenih izbornih lista išao bi u prilog tvrdnji da proporcionalni izborni sistem smanjuje potrebu izbornih koalicija. Međutim, to je privid. U preostalih sedam koalicionih lista bilo je svrstano 45 partija upisanih u registar, i 37 grupa građana, udruženja građana, izbeglica, preduzetnika i sl. i svih sedam lista osvojilo je poslaničke mandate. Samo je lista Koalicija albanaca preševske doline koristila za to prirodni izborni prag, dok su sve ostale preskočile granicu zakonskog izbornog praga od 5% važećih glasova. Koalicionim nastupom partije su izbegle dejstvo izbornog praga. Koalicije su bile mnogočlane i često izgledale kao „harmonike“, rastezale su se koliko je bilo intresenata bez programske i ideološke konzistentnosti. Koalicioni ugovori, bolje rečeno, dogovori lidera koalicionih članica, ostali su van domašaja partijskih članova, pa i birača i šire javnosti.

Posledica je izrazito fragmentisan parlamentarni stranački sistem. U trci za mandat narodnog poslanika nadmetalo se čak 49 stranaka od 89 upisanih u registar. Prema prvoj raspodeli mandata na konstitutivnoj sednici, čak 31 subjekt, stranke, udruženja i grupe građana, imaće poslanike u devetoj legislaturi Narodne skupštine. Prema redosledu kandidata pojedinih stranaka na izbornim listama, a shodno koalicionim sporazumima i raspodeli mandata prema rezultatima izbora u Narodnoj skupštini sedeće poslanici sledećih partija, pokreta, udruženja građana: iz koalicije „Izbor za bolji život - Boris Tadić“ – Demokratska stranka (49), Socijaldemokratska partija Srbije (9), Liga socijaldemokrata Vojvodine (5), Demohrišćanska stranka Srbije (1), Zeleni Srbije (1), Demokratski savez Hrvata (1), Izvorni srpski pokret obnove (1); iz koalicije Socijalistička partija Srbije, Partija ujedinjenih penzionera Srbije i Jedinstvena Srbija – SPS (24), PUPS (12), JS (7), Pokret veterana Srbije (1); iz koalicije „Preokret – Čedomir Jovanović“ Liberalno-demokratska partija (14), Srpski pokret obnove (4), Bogata Srbija (1), Socijaldemokratska unija (1); iz koalicije „Pokrenimo Srbiju – Tomislav Nilolić“ – Srpska napredna stranka (55), Nova Srbija (8), Pokret snaga Srbije – Bogoljub Karić (2), Bošnjačka narodna stranka (1), Pokret socijalista (1), Koalicija udruženja izbeglica u Srbiji (1), Narodna seljačka stranka (1), Romska partija (1), Demokratska partija Makedonaca (1), Pokret privredni preporod (1), Asocijacija malih i srednjih preduzeća i preduzetnika Srbije (1); iz koalicije Ujedinjeni regioni Srbije – G 17 Plus (11), Zajedno za Šumadiju (2), Narodna partija (1), Koalicija za Piro (1) Pokret „Život za Krajinu“ (1); Demokratska stranka Srbije (21), Savez vojvođanskih Mađara (5); Stranka demokratske akcije (2); Koalicija „Svi zajedno“ (1) i Nijedan od ponuđenih odgovora (1) (Politika, 9. maj 2012).

3. Dobro oblikovan izborni sistem treba ne samo da bude razumljiv biračima i omogući jednostavnu participaciju, nego i da im jasno pokaže šta se događa sa njihovim glasom od biračke kutije do formiranja vlade. Proporcionalni izborni sistem to ne omogućava. U takvom modelu birači utiču na broj glasova i mesta u parlamentu, ali političari su ti koji dobijaju mandat da naprave vladu, veoma često, u kombinaciji za koju birači nikada ne bi glasali. Izborne koalicije neskriveno projektovane kao „štule“ za prelazak preko zakonskog izbornog praga prvi su mehanizam koji to podstiče. Izjave pojedinih stranaka u okviru izbornih koalicija pokazuju da one već u procesu konsultacija u nominaciji mandatarata i formiranja vlade nastupaju samostalno. To će posebno biti jasno kada se formiraju samostalne poslaničke grupe. Doda li se tome garantovanje slobodnog mandata poslanika i slaba stranačka identifikacija poslanika, možemo očekivati stranačke preletače pa i neizborno pozicioniranje nekih stranaka.

Većina birača nisu svesni da glasajući za prvu stranku u koaliciji, tačnije, njenog lidera, ili koalicionu listu sa nazivom bez stranačke identifikacije osim leaderskog imena, istovremeno legitimišu druge partije, anonimne pokrete, udruženja građana, strukovne organizacije, grupe građana, i sl. i daju im mesta u skupštinskim klupama. Proporcionalni izborni sistem ima i „drugi krug“ izbora. U tom „krugu“ stranke biraju kombinaciju parlamentarne većine koja će formirati vladu i u tom kontekstu moguće su raznovrsne kombinacije: savezi konzervativaca i liberala, levice i desnice, monarhista i republikanaca, i sl. Teško je poverovati da bi birači da su znali sve te kombinacije ili da su se udubljavali u potencijalne post-izborne koalicione aranžmane glasali za takve konstrukcije koje često nisu ni politički ni ideološki konzistentne. Ali sa time se ne završava problem u formiranju vlade.

Proporcionalni izborni sistem zakonito proizvodi koalicione vlade. U duboko podeljenim društvima, a naše je nesumnjivo izdvojeno istorijski, teritorijalno, ekonomski, verski, nacionalno, socijalno, itd. fragmentirani parlament proizvodi vlade koje podržavaju široke koalicije. Sve vlade u Srbiji od uvođenja proporcionalnog izbornog sistema 1992. godine bile su koalicione. Različiti programski, ideološki i politički ciljevi takve vlade čine slabim. One više energije troše na održavanje koalicije nego na vladanje. Odsustvo efikasnosti i jasnog programa po pravilu se pravda protivljenjem nekog od brojnih koalicionih partnera. Takav kontekst zamagljuje odgovornost vlade, snaži partikularizme, a podeljenost iz društvene arene prenosi u parlamentarnu arenu, transponujući tako društveno marginalne politike u uticajne parlamentarne faktore sa snažnim koalicionim i ucenjivačkim potencijalima. U devetom sazivu Narodne skupštine čak dvadeset partija, pokreta i sl. imaće po jednog poslanika i ta fragmentiranost neće ostati bez uticaja na vladu. Pa tako nije isključena mogućnost da kao birači dobijemo vladu za koju ne bi glasali.

4. Zatvorena lista i jedna izborna jedinica sledeći je element izbornog sistema koji utiče na birače. Do ovih izbora ta lista je bila blokirana za birače – oni nisu mogli izražavati preferencije za kandidate na listi određujući tako sastav Narodne skupštine. Ali zatvorena lista nije bila blokirana za partije. One su određivale, ne samo kandidate, nego i poslanike u okviru broja dobijenih mandata i to mimo utvrđenog redosleda na listi. Štaviše, ogromna većina birača nije videla kompletne liste, a glasački listić sadrži samo naziv partije ili koalicije, ime nosioca liste i prvog kandidata. Zato su stranke po pravilu u vrhu liste predlagale kandidate koji su imali veliko poverenje u biračkom telu, ali oni nisu dobijali mandat. Oni su poslužili samo kao mamac za glasove, a mandat je dobijao neko od nepopularnih i anonimnih kandidata koje su određivale stranačka vođstva bez jasnih i transparentnih kriterijuma. Kako su odredbe izbornog zakona koje su omogućavale takvu praksu proglašene neustavnim, za izbore 2012. godine dobili smo zatvorene blokirane izborne liste i obavezu da se mandati raspodeljuju po redosledu na listi. Zato su na prvih pedesetak mesta na svim listama najviši stranački funkcioneri: predsednici, potpredsednici, članovi najviših stranačkih organa. Ostaje da se prati da li će, ko, koliko i kako koristiti ostavku da bi dodeljivao mandate zaobilazeći redosled na izbornoj listi i dezavuišući demokratsko i ustavno načelo neposrednosti.
5. Proporcionalni izborni sistem pretpostavlja i programske kampanje. Međutim, u našem slučaju one su izostale. Kampanje su od uvođenja proporcionalnog izbornog sistema pretežno leaderske. To se potvrđuje i na izborima u 2012. godini. Leadersko pozicioniranje kampanje donekle je razumljivo. Naime, depersonalizovanost koju produkuju zatvorene izborne liste morala se ublažavati personalizacijom. To se u prvi mah činilo isključivo putem lidera stranke, a kako su stranačke elite shvatale da birači radije glasaju za ličnost nego za stranku, takva praksa je proširena. Tako od prethodnog izbornog ciklusa imamo pravu poplavu kandidata za gradonačelnika i premijera. Stranački prvaci i mediji otvoreno obmanjuju birače. U aktuelnom izbornom ciklusu sve vrvi od kandidata za gradonačelnika i premijera. Kandidate za ove

funkcije ne propuštaju da istaknu ni stranke i koalicije koje su potpuni izborni autsajderi. Pitanje je šta je tu loše i zašto bi to bio problem? Problem je u tome što naš aktuelni izborni sistem ne poznaje direktan izbor prvih ljudi u izvršnoj vlasti opština i gradova kao i premijera. Tačnije neposredno se bira samo polovina poslanika u pokrajinskoj skupštini AP Vojvodine. Štaviše, Ustav Republike Srbije utvrđuje da izvršne organe u opštinama biraju skupštine (član 191. stav 4) i to je direktna posledica lošeg iskustva sa direktnim izborima gradonačelnika 2004. godine, a jasno propisuje da vladu bira Narodna skupština (član 127). Želju građana za direktnim izborom političari pothranjuju isticanjem kandidata, ali istovremeno ne predlažu promenu izbornog sistema koji bi im to omogućio. Naprotiv, sve ideje koje su u prethodnom mandatnom periodu bile usmerene na personalizaciju izbora na lokalnom nivou, direktnim glasanjem i biranjem kandidata za odbornike u opštinama i gradovima i gradonačelnike u gradovima, sve stranke su opstruirale tako da su gotovi zakonski projekti ostali daleko od skupštinske procedure i prebačeni u nadležnost nove vlade i skupštine.

6. Opisani proporcionalni izborni sistem proizvodi i metropolizaciju u predstavničkom telu – nesrazmeran broj predstavnika dolazi iz glavnog grada i velikih gradskih centara. U našem primeru je to očigledno: čak 40% narodnih poslanika u osmoj legislaturi ima prebivalište u Beogradu ili Novom Sadu u kojima živi tek 27% upisanih birača; čak je 100 opština u kojima ne stanuje ni jedan narodni poslanik, a 17 opština nikada, od 1990. godine do danas, nije imalo poslanika koji ima prebivalište na njihovim teritorijama. Sve te opštine su u grupi nerazvijenih (Jovanović, 2008: 121). Obaveza da se mandati dodeljuju po redosledu na izbornoj listi može ovaj trend još više naglasiti. To ćemo proveriti kada se formalno objavi spisak narodnih poslanika. Formalno slobodni mandat poslanika omogućava da on predstavlja sve građane, međutim činjenica je da narodni poslanici bolje razumeju probleme sredine u kojoj žive i motivisaniji su da ih rešavaju. Metropolizacija direktno ugrožava jednakost kao jedan od temeljnih principa demokratskih izbora. Dugotrajno dejstvo ovog fenomena može destimulisati birače u sredinama iz kojih ne dolaze poslanici da glasaju. Ovaj fenomen može se korigovati samo sistemskim izmenama.
7. Istovremeno održavanje izbora na različitim nivoima direktno utiče na izlaznost birača. Poznato je da je prosečna izlaznost na lokalnim izborima manja nego na parlamentarnim, a na ovim niža od predsedničkih izbora. Raspisivanje predsedničkih izbora u direktnoj je funkciji veće izlaznosti i stvaranju sinergijskog efekta za Demokratsku stranku čiji predsednik istovremeno vrši funkciju šefa države. Doda li se tome da je to učinjeno u poslednjem trenutku, prevremenim skraćivanjem mandata, zanemarivanjem političke pozicije i ustavnih funkcija koja ta institucija ima u političkom sistemu Srbije, jasno je da i ovaj element izbornog sistema ne samo da utiče na birače nego i ishode izbornog odlučivanja. Ovaj potez doprinosi da se polarizacija, svojstvena većinskim izbornim sistemima kakvim se bira i predsednik Srbije, prenosi na ostale nivoe glasanja i stvara utisak da se izborna utakmica vodi između dve rivalske stranke te da će glasanje za ostale izborne liste značiti bačen glas.

Istovremeno glasanje različitim sistemima na različitim nivoima može dovesti do konfuzije u jednom delu biračkog tela. S jedne strane to može rezultirati većim brojem nevažećih glasačkih listića. A s druge strane, kod jednog broja neopredeljenih birača, to može prouzrokovati podelu glasova – glasače za različite izborne liste i kandidate za predsednika na različitim nivoima sa rezonom da će tako „najmanje pogrešiti“, „podeliti odgovornost“ i sl.

Posledica opštih izbora je i minimiziranje lokalnih izbora. Građani će u većem broju nego što bi inače to učinili da se održavaju samo lokalni izbori izaći na birališta, ali ne zbog pojačanog interesovanja za lokalne politike, nego zbog interesovanja za izbor poslanika i predsednika države.

Lokalne teme, tako važne za svakodnevni život građana, potisnute su ili gurnute na izbornu marginu, a stranačke elite u opštinama i gradovima sklonile su se pod plašt stranačkog programa i lidera. Detaljnije analize će pokazati da li će, koliko i kome to koristiti i da li će ishodi lokalnih izbora biti puka refleksija parlamentarnih i predsedničkih izbora ili će iskazati neke posebnosti kao npr. u Beogradu gde je lista koju je predvodio Dragan Đilas ne samo odnela ubedljivu pobjedu nego ostvarila znatno bolji rezultat u odnosu na listu koju je predvodila Demokratska stranka na parlamentarnim izborima.

8. Poštovanje izborne volje građana i zaštita izbornog prava od raznih vidova zloupotreba, takođe može uticati na izbornu participaciju. Izborni sistem koji ostavlja diskrecioni prostor za prekranje izbornih rezultata, ili ne predviđa razne vrste prepreka da se to desi i ne sankcioniše počinioce eventualne krađe, nije stimulativan za izborni angažman. Birač koji stiče predstavu da se njegov glas može krivotvoriti i izborni rezultat nezakonito preinačiti nije spreman da izlazi na birališta. Od 1990. do 2012. godine u Srbiji je bilo 14 izbornih godina, birali smo odbornike, savezne, republičke, pokrajinske poslanike, saveznog i republičkog predsednika ili glasali na referendumima. Ukupno smo kao birači u tom periodu najmanje 28 dana proveli na biralištima i neposredno glasali za više od 40 lista za razne nivoe vlasti, uključujući tu i tri referenduma. Pretpostavka da imamo istreniranu i uhodanu izbornu administraciju na osnovu tolikog broja izbornih ciklusa pada u vodu. Prijave nepravilnosti, sumnje Srpske napredne stranke, Saveza vojvođanskih Mađara i Pokreta Dveri u regularnost izbora, čak iako su oblik političke kampanje nezadovoljnih izbornim učinkom, ostavlja upitanost kod birača da li učestvuje u nečem čiji se krajnji ishod može naknadno režirati mimo njihove volje. Taj učinak može se pojačavati ukoliko izostaju jasni, brzi i nedvosmisleni odgovori izbornih organa i pravosudnih instanci koje u krajnjoj liniji rešavaju izborne sporove.
9. Izbori 2012. godine doneli su našoj izbornoj praksi novinu u pogledu institucije „belih listića“. Medijski prvobitno gromoglasno propraćen, pa napadno „zaboravljen“, ovaj specifičan oblik aktivne apstinencije bio je usmeren protiv nekih stranaka i vođen od strane nezadovoljnih aktivista i funkcionera razočaranih u politiku i rukovodstva. Napisi da su „beli“ izborni listići oborili izbornu listu Preokret – Čedomira Jovanovića ispod izbornog praga, deluju uverljivo (pescanik.net/izbori-svita-i-beli-listici 16.5.2012.). Detaljnija analiza kompletnih statističkih podataka tek će pokazati domašaje ove aktivnosti i njen uticaj na izborne rezultate. Ovde tek evidentiramo taj fenomen kao dokaz o povezanosti izbornog sistema i opredeljivanja birača koji, ako se razočaranost u stranke, politiku i političare i poverenje u političke institucije ne smanje, može imati daleko veće reperkusije u nekom od narednih izbornih ciklusa.
10. Na kraju, a nikako manje značajno, izborni sistem u širem smislu obuhvata i nešto što je u domenu političke kulture. Ako institucije političkog sistema, izborni sistem i izborni proces, mediji, civilna arena, stranačka arena, razni lobiji, interesne grupe i uticajni pojedinci oblikuju javno mnjenje u pravcu koji polarizuje izbornu kampanju i podiže konfliktnost izbornog procesa to ne može biti bez uticaja na birače, kako na njihov nivo participacije tako i na izborne preferencije. Zanemarivanje ovih aspekata i pored formalno-pravnih garancija izborne utakmice može ostaviti nenadoknadivi trag na povezanost izbornog, i u širem smislu političkog, sistema sa biračima i njihovim pravom da li će i kako glasati.

III

Izborni sistem sa svim svojim elementima, posredno ili neposredno, manje ili više, utiče na to da li ćemo glasati, kako ćemo glasati, ako ćemo uopšte glasati. Negde je ta veza između izborne participacije i izbornog sistema jače izražena i gotovo kauzalna, negde je ona fluidna i pretpostavlja čitav spektar pretpostavki da bi mogla funkcionisati i dokazati se. Dizajneri izbornog

sistema moraju biti svesni tih veza i raditi u pravcu da izborni sistem bude projektovan tako da stimuliše i olakšava izbornu participaciju i ohrabruje građane da izađu na biračka mesta i izraze svoju volju.

Izborni sistem u Srbiji još uvek nije na tom nivou. Glasanje je pravo, ne obaveza, ali još uvek u jednom delu birača postoji svest da je to dužnost i da izostanak sa birališta može nositi sankcije, više one prikrivene, nego direktne. Izborna evidencija je dobila dobar osnov da se konačno do sledećeg izbornog ciklusa dovede do visokog nivoa ažurnosti. Model glasanja za zatvorene liste nije stimulativan za birače, a takvih je većina, koji žele da biraju svoje predstavnike po imenu i prezimenu. Dok se izborni i predstavnički sistem ne ustroji da birači, a ne stranke i lideri, biraju predstavnike i znaju ko ih na kom nivou vlasti predstavlja i ko je za šta odgovoran; kakva vlada će proizaći iz njihovog izbornog angažmana, izbori će biti deo rutinske participacije.

Svest o potrebi reformi izbornog prava u tom pravcu nije prisutna u stranačkim elitama. Prolongiranje rešenja ovog problema usporavaće konsolidaciju demokratije, može pojačavati apstinenciju, a najviše će štetiti samim strankama i stranačkom sistemu.

LITERATURA

Jovanović, M. (2011) Izborni sistem Srbije – dve decenije posle, u Partije i izbori u Srbiji – 20 godina, priredio S. Orlović, Friedrich Ebert Stiftung i Fakultet političkih nauka – Centar za demokratiju, Beograd, str. 219-247

Jovanović, M. (2008) Narodna skupština – deformacije teritorijalnog predstavljanja, Godišnjak Fakulteta političkih nauka, 2(2), str. 114-130

Jovanović, M. (2004) Izborni sistemi postkomunističkih država, JP Službeni list SR Jugoslavije, Fakultet političkih nauka i Institut za političke studije, Beograd

Jovanović, M. (1997) Izbori i izborni sistemi – izbori u Srbiji 1990-1996, Službeni list RS i Institut za političke studije, Beograd

Zbirka propisa o izborima – izbori za narodne poslanike, izbori za predsednika republike, izbori za poslanike, izbori za odbornike, priredili V. Odalović, T. Stojčević, M. Šuput i M. Čuljković, Službeni glasnik RS, Beograd, 2012.

REFORMA IZBORNOG SISTEMA

SAŽETAK

Osnovno pitanje koje se postavlja zahteva da se razmotri kakav partijski pluralizam funkcioniše u Srbiji i šta se smatra da su osnovni ciljevi takvog sistema u pogledu obezbeđenja slobodnih izbora i ispoljavanja volje birača. Analize pokazuju da je svrha višepartijskog sistema u Srbiji shvaćena veoma usko i jednostrano – prvenstveno u smislu borbe za vlast i smene partija na vlasti. Ovde se analiziraju posledice takvog shvatanja i ukazuje na širi kontekst: promena modela društvenog sistema u kojem će biti moguće definisati i drugačiji izborni sistem, koji će smanjiti otuđenost između vlasti i građana.

Ključne reči: partijski pluralizam, nedemokratski izborni sistem, predpolitičko društvo

I

KAKO SE PONAŠAJU SUČELJENE STRANE U PREDIZBORNIM PONUDAMA

Konstanta svih dosadašnjih promašaja predizbornih kampanja (i posle 2000) u Srbiji bilo je **formalno komuniciranje** – bez stvarnog uspostavljanja realnog kontakta između političkih partija, koje nude obećanja bez pokrića, i građana koji prihvataju ove ili one ponude bez racionalnog i kritičkog procenjivanja, opredeljujući se instinktivno prema onima, koji su glasnjiji i medijski agresivniji u kampanji i time u stanju da izazovu euforiju mase glasača. Budući da stanovnici Srbije nisu još postali **građani** u pravom smislu, iako ponude brojnih lepih obećanja ne garantuju nikakav opipljiv i ostvarljiv program još uvek većina populacije nema naviku da sumnja u zavodljive „lepe reči“; stoga se većina tome priklanja, nalazeći bar u obećanjima spas od postojećeg nezadovoljstva i očajanja zbog neispunjenih nada, koje su još gajili posle 5. Oktobra.

Zato se može reći, da obe strane u procesu glasanja – politički kandidati i „građani“ – prihvataju **politiku zavodenja** iako će posle izbora glasači mahom baciti krivicu samo na **političare koji nisu ispunili svoja obećanja**, ne pitajući se, bar tada, da li su obećanja bila realna i na kakvom su programu bila zasnovana. Odnosno, da li je i bilo nekakvog definisanog programa, ili su političari *ad hoc* izmišljali što primamljivija obećanja (primer za neodgovornost i samih glasača je da zbog „kratkog pamćenja“ građani zaboravljaju da je partija T. Nikolića, koja se odvojila od Šešeljevskih Radikala, bila na vlasti za vreme Miloševićevog režima i kakve su tada zakone donosili i podržavali).

Zato bi, posle dosta upečatljivih loših iskustava i mi građani, kao glasači, morali da se zapitamo, šta i sami moramo radikalno menjati u okviru glasačkog procesa, da bismo izbegli da padnemo još jednom u zamke autoritarne politike političkih partija, koje računaju na našu neprosvećenost i olaku zavodljivost lepim rečima. Ali i da se takođe zapitamo da li je dobrovoljno odricanje od osnovnog političkog prava, u vidu izborne apstinencije, pravi put za rešavanje sadašnje krajnje nepovoljne društvene situacije. A ako se malo više udubimo u moguće ishode apstinencije, uzimajući u obzir rezultate istraživanja,²⁴ koji pokazuju da su pristalice demokratskih stanovišta u većem broju apstinenti (jer su razočarani u politiku takozvanih demokratskih partija), nego pristalice nedemokratskih stranaka, koji se osećaju kao i „vojnici“ svoje partije.

²⁴ Videti rezultate istraživanja apstinencije u knjizi *Probuđene nade – Izneverena očekivanja*, u okviru projekta „Politika i svakodnevni život III“, Fondacija Heinrich Boell, 2007.

Dakle, mora se zaključiti da obe strane u procesu glasanja nisu izašle iz okvira autoritarnog ponašanja, jer niti su političari na svim nivoima vlasti naučili šta je to demokratija i kakve procese postulira u svim odnosima, niti ponašanje populacije, kao neostvarenih građana, pokazuje u deceniji 2000-te godine, da su shvatili kako se treba ponašati u kretanju ka demokratskom društvu – a to znači da kao ravnopravni učesnici **zahtevaju** da se poštuju demokratska prava o njihovom odgovornom učešću o tome kuda će ići i kojim putevima će se kretati tzv. demokratska tranzicija u Srbiji. To pak, podrazumeva i odlučivanje o tome kako će se birati poslanici u Parlament (tj. pretpostavlja reformu metodologije izbornog procesa), kao i definisanje obaveza izabranih poslanika i ostvarenje njihovih zadataka putem sistematske legitimne kontrole od strane Parlamenta. S druge strane, podrazumeva se, takođe, da poslanici nužno polažu račune građanima koji su ih birali (jer dosadašnji problem ukazuje na to da ih, u stvari, ne biraju sami građani, već to čine partije birajući najpogodnije kandidate sa liste, a ne one koji su dobili najveći broj glasova i koji bi dosledno zastupali interese svojih birača): jedan od odgovora u istraživanjima dobijenih od nekolicine poslanika glasi: „mi ni ne znamo koje je naše izborni telo.“

Dakle, u izbornom procesu ni oficijelno ponašanje političkih partija i političkog rukovodstva države nije na nivou demokratskog ponašanja, koje podrazumeva: 1. veće i neposrednije učešće građana u sastavljanju lista za izbor poslanika; 2. definisanje pravila po kom se principu određuju (sa liste predloženih) ko će ući u parlament (a odsustvo jasno definisanih principa dozvoljava partijama da samovoljno vrše izbor prema svojim preferencijama); i 3. na taj način ne dolazi do izražaja volja glasača, odnosno, poslanike faktički ne biraju građani, nego ih određuju partijski lideri. Samim tim, takozvani slobodni izbori su puka farsa, budući da je dosadašnjim procesom volja građana potpuno zanemarena, jer nisu oni **izabrali** poslanike koji će ih u Parlamentu predstavljati, pošto su partije vršile izbor po principu lojalnosti političkim strukturama; te iz tih razloga poslanici i ne osećaju nikakvu obavezu prema građanima, koji su ih **formalno birali**, jer njihov izbor nije bio odlučujući ko će ući u Parlament. Logično je da su tako izabrani poslanici osećali da su u svom ponašanju obavezani partijama koje su ih izabrale. Sasvim je, dakle, takođe logično da poslanici ne ispunjavaju zahteve svoga biračkog tela (sa kojim i nemaju nikakvog kontakta), jer su oni, u stvari, samo produžena ruka svojih partija u ispunjavanju njihovih naloga, da bi parlamentarna procedura dobila *proforme* demokratski karakter.²⁵

Drugim rečima, neophodno je izvršiti temeljnu reformu izbornog sistema i definisanje jasnog i odgovornog kodeksa (u skladu sa demokratskim principima) obaveza i ponašanja predstavnika građana u telima zakonodavne i izvršne vlasti. A to podrazumeva i temeljnu reformu samog **sistema vlasti**, koji je do danas ostao zasnovan na potpunom **otuđenju** od građana. Zato još nema ni traga od razlikovanja između **demokratskog upravljanja i vladanja** nametnutog naredbama **odozgo**, koje *a priori* podrazumeva isključivo pokoravanje građana sistemu vlasti i neprestanoj borbi za smenu partija na vlasti ili što duži ostanak u institucijama vlasti. Bez takvih suštinskih promena uzaludno je govoriti o izlasku iz ozbiljne krize u kojoj već godinama živimo i ne vidimo izlaza.

²⁵ Navešću jedan primer iz perioda funkcionisanja Savezne skupštine za vreme vladavine Josipa Broza, kada se bar formalno poštovala demokratska procedura prilikom obaveza izabranih poslanika da održavaju kontakt sa svojim biračkim telom i da na zasjedanjima iznose probleme i zahteve građana koji su ih birali. Bilo je to šezdesetih godina, kada sam ja, nekom slučajnošću, bila izabrana za poslanika Savezne skupštine i kada je važilo kao pravilo (što ne znači da je dosledno i u praksi sprovedeno, ali je bar jedan broj poslanika to poštovao) da se pred zasjedanje konsultuju građani iz relevantnog izbornog tela, da bi neposredno upoznali predstavnike vlasti sa pitanjima i zahtevima koje postavljaju građani. Bez obzira što nisu svi poslanici praktikovali tu obavezu, do Parlamenta su dospevali izvorni stavovi bar jednog dela građana i skupštinska zasjedanja nisu izgledala kao gladijatorske borbe između suprotstavljenih partija. Potrebno je na ovakve incidente podsetiti danas građane Srbije, naročito one koji vehementno tvrde da je za sve naše današnje nevolje kriv takozvani komunizam, iako bi se iz tog perioda nešto moglo naučiti, mada je tadašnji jednopartijski sistem bio daleko od demokratije, međutim, i sadašnji višepartijski sistem nije joj se još ni približio.

III

Šta pretpostavlja temeljna reforma i to ne samo izbornog sistema, već odnosa institucija vlasti i **civilnog društva**? Dokle god se ne konstituiše status *građanina* kao ravnopravnog učesnika u odlučivanju o svim vitalnim pitanjima društva i njegovih kolektivnih i individualnih članova, bilo koja formalna reforma izbornog sistema (izvan reformisanja **društvenog sistema** u celini), neće bitnije uticati na promenu funkcionisanja vlasti koja i dalje nosi nasleđeno breme autoritarnog upravljanja državom. Mislim da je iskaz da građani državu shvataju kao *tutora* (iz uvodne reči Zorana Stojiljkovića), koja se ponaša kao „samovlasni nekontrolisani autoritet“, dokaz da država daje povoda za opstajanje autoritarnog sistema vlasti u takozvanoj demokratskoj tranziciji. Sasvim je u tim okolnostima razumljivo da se izborni sistem takođe određuje prema autoritarnim principima, te da se ne može samom izmenom izbornog sistema bitno promeniti status građana u društvenom i političkom sistemu, u kojem je glasanje jedina dozvoljena participacija građana (kako je to dobro primetio Srećko Mihailović). Ali se u postojećem izbornom sistemu – u kojem se krši pravilo slobodnog izbora građana – ustvari, suštinski menja izvorno značenje **građanske participacije**, koja pretpostavlja poštovanje izražene volje građana i odsustvo partijsko-političkih uzurpacija odlukama partija koje poništavaju to osnovno građansko pravo.

Naravno da bi *direktni izbori* kandidata za sve institucije vlasti bila jedna od važnih promena, sa kojom bi započela reforma izbornog sistema, jer bi inicirala drugačiji, neposredniji odnos između građana i njihovih predstavnika, a to bi omogućilo i uzajamnu veću odgovornost kako onih koji vrše izbor, tako i izabраниh predstavnika vlasti.

Ali to bi bio tek prvi neophodni korak, ako se nastavi trend autoritarnog sistema upravljanja u svim institucijama vlasti, što podrazumeva hijerarhijsku odgovornost prema političkom autoritetu na višoj instanci, kada građani postaju zanemarljiva komponenta. Budući da bi nenarušena autoritarna struktura partokratskog karaktera države i dalje održavala jaz između vlasti i naroda, što se postiže već dugogodišnjom uhodanom demagogijom o demokratskom preobražaju društva.

IV

Međutim, problem izbornog sistema i glasačkog prava građana mora se posmatrati u širem socijalnom kontekstu: naime, u okviru uticaja koji vrši mainstream ideologija 21. veka. Dr Mihael Erke je na skupu podsetio da je u Zapadnoj Evropi demokratija kapitulirala pred neoliberalizmom, što se može lako dokazati uvidom u kritičke spise poznatih analitičara savremenog društva (videti literaturu na kraju teksta). Taj trend je očigledan i u Srbiji posle 2000. godine i početni oblici demokratske tranzicije na početku novog milenijuma sve se više zatiru, ustupajući mesto novovekovnoj ideologiji koja hara ne samo Evropom, već postaje jedina opcija razvoja na planeti. Između takozvanih levih i desnih opcija postoji jedna zajednička matrica koja ih povezuje i čini manje raspoznatljivim kao mogućnosti izbora: to je primat vrednosti potrošačkog društva, na jednoj strani, a na drugoj, neprevaziđenost tradicionalizma – što se prikriva uprošćenim obećanjima, koja ne motivišu građane na razmišljanje o idejnim razlikama. A budući da je većina građanstva u Srbiji na nivou nižeg obrazovanja (a da je ne mali broj i obrazovanijih funkcionalno nepismenih), populacija se u izboru opredeljuje emotivno, odnosno, prema stepenu manjeg ili većeg nezadovoljstva prethodnom vlašću i to na osnovu neposrednih ličnih negativnih posledica. Zato je veština zavodjenja (ponudom primamljivih obećanja) vrlo značajna taktika u predizbornim kampanjama, na osnovu čega se većina opredeljuje za buduće kandidate, ne prosuđujući o vrednostima i ciljevima koji bi bili na osnovu njih ponuđeni i koji bi realno ukazali na mogućnosti promene nezadovoljavajuće situacije. Zbog toga se u Srbiji kao odgovor na pitanje: zašto biste promenili dosadašnju vladu? – često čuje: treba pustiti da na vlast dođu oni

koji nisu bili do sada na vlasti (pritom, najčešće misleći na Šešeljeve radikale ili na Nikolićevu Naprednu stranku), što potvrđuje ne samo da postoji fenomen „kratkog pamćenja“, već da je i u pitanju odsustvo razmišljanja šta bi donela ta promena na vlasti.

Ali shvatanje da je osnovna funkcija partija i višestranačkog sistema **borba za vlast**, a ne konkurencija u ostvarenju programa za bolji život naroda i naprednije društvo, nije karakteristično samo za tzv. običan narod, već se takvo mišljenje može čuti i od stručnih politikologa, koji svode demokratiju na „slobodne izbore“ kojima se vrši samo smena funkcionera na vlasti. Zbog toga nisu to racionalni programi ono što se nudi pred nove izbore, već pregršt lepih obećanja, koja mnogo lakše motivišu buduće glasače, nego izbalansirani programi, koji bi zahtevali napor da se proučavaju i razmatraju.

Dakle, Srbija je još daleko od razvoja takve **političke kulture**, u kojoj bi bile neophodne promene kako u ponašanju onih koji pretenduju da zauzmu vlast, tako i građanstva koje bi se racionalno, a ne čisto emotivno, odlučivalo za izbor nove vlasti. Tek kada se prouči taj širi kontekst i u njega situira pitanje kakve su promene nužne u pogledu izbornog sistema, može se očekivati da Srbija pređe granicu predpolitičkog društva i zakorači u modernizaciju društvenog i političkog sistema.

LITERATURA

Passet R. (2000), *L'illusion néolibérale*, Fayard.

Roustang G. (2002), *Démocratie: Le risque du marché*, Deaclée de Beouwer.

Bruckner P. (2002), *Misère de la prospérité*, Grasset.

Lipovecki Ž. (2008), *Paradoksalna sreća, Ogled o hiperpotrošačkom društvu*, Knjižarnica Zoran Stojanović, Sremski Karlovci.

Grupa autora (2011), *Dometi tranzicije od socijalizma ka kapitalizmu*, Friedrich Ebert Stiftung, Beograd.

Vidojević Z. *Demokratija na zalasku*, IDN, Službeni glasnik, Beograd.

Popov N. (1990), *Jugoslavija pod naponom promena*, Geca Kon, Beograd.

Lazić M. (2005), *Promene i otpori*, Filip Višnjić, Beograd.

Jakšić B. (2000), *Balkanski paradoksi*, Beogradski krug.

Bauman Z. (2004), *Wasted Lives, Modernity and its Outcasts*, PolityPress, Cambridge.

Golubović Z. (2003), *Izazovi demokratije u savremenom svetu*, Braničevo, Valjevo.

Golubović Z. Et al. (2006), *Probuđene nade – izneverena očekivanja*, Heinrich Boll Foundation, Beograd.

DIMENZIJE POLITIČKE KULTURE I STRANAČKE PREFERENCIJE

SAŽETAK

Na višenacionalnom uzorku stanovnika Subotice (N=500) u ovom smo radu nastojali utvrditi: 1) latentnu strukturu stranačkih preferencija; 2) da li se ispitanici međusobno statistički razlikuju s obzirom na spol, dob, školsko obrazovanje, zanimanje i visinu prihoda u odnosu na varijable izborne participacije (apstinencije); 3) prediktivnu važnost dimenzija političke kulture u pogledu preferencija različitih političkih opcija, i 4) utjecaj sociodemografskih karakteristika na latentnu konfiguraciju dimenzija političke kulture i stranačkih preferencija. Utvrdili smo da sociodemografske karakteristike (spol, dob, obrazovanje, nacionalna pripadnost) značajno utječu na preferiranje liberalno-demokratske odnosno nacionalno-radikalne političke opcije, a dimenzije političke kulture su oni koncepti pomoću kojih se pokušavaju razumjeti i objasniti stranačke preferencije i izbornu ponašanje.

U okviru kulturološkog pristupa u političkoj znanosti pitanje kongruencije između subjektivnih političkih orijentacija i političke strukture jedno je od ključnih još od pionirskog rada Almonda i Verbe (1963). Komparativna istraživanja političke kulture pretpostavila su kongruenciju između modalnog obrasca političke kulture (agregiranih stavova i vrijednosti) i političke strukture (institucionaliziranog političkog poretka u određenoj zemlji). Ključno pitanje koje se postavilo u ovom i kasnijim istraživanjima u okviru političko-kulturalnog pristupa je kakvu ulogu ima prevladavajuća politička kultura u određenom društvu za uspostavljanje i održavanje stabilnosti demokratskog poretka. Jedan od problema s kojim se ovaj pristup suočava je što u pojam političke kulture mogu ući različiti fenomeni subjektivnog odnosa ljudi prema politici te politička kultura postaje neka vrsta „kišobran koncepta“ u koji se mogu svrstati različiti fenomeni - stavovi, vrijednosti, ideologije, javno mišljenje. Međutim ideologiju i kulturu, iako nisu strogo razdvojeni fenomeni i u sadržajnom pogledu u velikoj se mjeri preklapaju, razlikuje to što su ideologije formalne, eksplicitne i relativno konzistentne definicije političke zajednice koje najčešće uspostavlja elita, dok je kultura neformalno, implicitno i relativno nekonzistentno razumijevanje političke zajednice od strane njenih članova (Vujčić, 2008). Jost i saradnici (2009) ističu da su svi ideološki obrasci rezultat interakcije između procesa izloženosti građana ideološkim sadržajima koji idu „od gore prema dolje,“ i procesa „od dolje prema gore“ koji se odnose na motive koji se nalaze u pozadini funkcionalnih ideoloških substrukture pojedinaca. Među najznačajnijim istraživačkim problemima tako postaje problem koji nastaje „u sredini“ odnosno pitanje kako se susreću i miješaju ovi procesi. Prema Stojiljkoviću (2008) analiza odnosa socijalne pripadnosti građana, na jednoj strani, partijskog opredjeljenja na drugoj, i njihovog prihvatanja određenog seta (političkih) stavova i vrijednosti, na trećoj strani mogu dati elemente za odgovor na pitanje u kojoj mjeri partije izražavaju a u kojoj mjeri reinterpretiraju ili čak kreiraju socijalnu i političku agendu i stavove građana.

U političkoj sociologiji su međutim relativno retka istraživanja koja nastoje ustanoviti međusobnu povezanost političko-ideoloških orijentacija i stranačkih preferencija situiranih unutar jednog određenog političko-kulturalnog okvira a čije bi strukture ukazivale na određene tipove političkog ponašanja unutar pojedinih socio-strukturnih i kulturalno-identitetskih skupina.

U ovom radu nastojali smo utvrditi povezanosti između socio-ekonomskog statusa i sociokulturnih identiteta s izbornim ponašanjem s jedne strane kao i povezanost ovih varijabli s određenim političko-ideološkim orijentacijama i stranačkim preferencijama.

Koristeći različite multivarijantne statističke postupke ispitivali smo sličnosti i razlike između pojedinih socijalnih skupina kao i razlike unutar socijalnih skupina. Na taj smo način ispitivali da li i u kojoj mjeri socio-ekonomske i kulturološke razlike doprinose ideološkim razlikama i različitim stranačkim preferencijama.

Na višenacionalnom uzorku stanovnika Subotice (N=500) u ovom smo radu nastojali utvrditi: 1) latentnu strukturu stranačkih preferencija; 2) da li se ispitanici međusobno statistički razlikuju s obzirom na spol, dob, školsko obrazovanje, zanimanje i visinu prihoda u odnosu na varijable izborne participacije (apstinencije); 3) prediktivnu važnost dimenzija političke kulture u pogledu preferencija različitih političkih opcija i 4) utjecaj sociodemografskih karakteristika na latentnu konfiguraciju dimenzija političke kulture i stranačkih preferencija. Istraživanje je sprovedeno na jesen 2010. godine u Gradu Subotici.

STRANAČKE PREFERENCIJE

Stranačke opcije smo u ovom istraživanju ispitivali višestrukim hipotetskim preferencijama. Pitanje je bilo definisano na sljedeći način: „Zamislite da imate mogućnost istovremeno glasati za više stranaka na parlamentarnim izborima. Kojim biste dolje navedenim strankama dali svoj glas?” Od ispitanika je traženo da se za svaku stranku opredijele na skali Likertovog formata s mogućnostima odgovora: (1) Ne bih nikad glasao (2) Najvjerovatnije bih glasao (3) Ne znam, nisam siguran (4) Vjerovatno bih glasao, i (5) Sigurno bih glasao. Na temelju korelacijske matrice od 12 stranačkih preferencija faktorskom analizom uz *promax* rotaciju apstrahirana su dva faktora odnosno dvije latentne političke opcije kojima je objašnjeno 52% varijanse. Političke opcije smo nazvali: 1. **Liberalno-demokratska opcija** (definirana je preferiranjem DS, LDP, LSV, G17 Plus i dvije nacionalno manjinske stranke DSHV i SVM), i 2. **Nacionalno-radikalna opcija** (koja je definirana preferiranjem radikala, Ilićeve Nove Srbije, Koštuničinih demokrata, naprednjaka te SPS).

Tabela 1: Faktorska struktura Liberalno-demokratske opcije

Čestice	Zasićenje	Glasao bi
Liga socijaldemokrata Vojvodine (Nenad Čanak)	.796	35,4%
Liberalno demokratska partija (Čedomir Jovanović)	.732	24,5%
Demokratski savez Hrvata u Vojvodini (Petar Kuntić)	.701	18,1%
Demokratska stranka (Boris Tadić)	.663	48,2%
G17 Plus (Mladen Dinkić)	.645	13,1%
Savez voždanskih Mađara (Ištvan Pastor)	.597	19,2%

Tabela 2: Faktorska struktura skale Nacionalno-radikalne opcija

Čestice	Zasićenje	Glasao bi
Srpska radikalna stranka (Vojislav Šešelj)	.796	6,0%
Nova Srbija (Velimir Ilić)	.768	2,6%
Demokratska stranka Srbije (Vojislav Koštunica)	.753	6,4%
Srpska napredna stranka (Tomislav Nikolić)	.742	11,1%
Jedinstvena Srbija (Dragan Marković - Palma)	.594	2,8%
Socijalistička partija Srbije (Ivica Dačić)	.586	5,4%

IZBORNA PARTICIPACIJA – APSTINENCIJA

Kako bismo utvrdili da li se ispitanici međusobno statistički razlikuju s obzirom na spol, dob, školsko obrazovanje, zanimanje i visinu prihoda, u odnosu na varijable izbornog ponašanja formirali smo kontingencijske tabele. Utvrdili smo da se ispitanici s obzirom na većinu sociodemografskih pokazatelja statistički značajno ne razlikuju, međutim da postoje određene statistički značajne razlike s obzirom na nacionalnu pripadnost i visinu prihoda.

Uvijek zna kome će na izborima dati svoj glas 80% Hrvata, a Srba 63%, Bunjevaca 67% i Mađara 62%. Oko 80% Hrvata, Bunjevaca i Srba izlazi uvijek na izbore i oko 65% Mađara.

Oko 21% Srba je odgovorilo da sigurno odnosno vjerovatno ne bi izišli na izbore kada bi sutra bili, 7,5% Bunjevaca, 15% Hrvata i 20% Mađara. S druge strane nema značajnih razlika u pogledu izlaska na prošle parlamentarne izbore.

U ukupnom uzorku sljedeća je distribucija odgovora na pitanje: Kada bi sutra bili izbori da li biste izašli na izbore i glasali: sigurno ne 7,0%, vjerovatno ne 10,4%, ne znam, nisam siguran 14,3%, vjerovatno da 34,2% i da, sigurno 34,2%.

Izlaze uvijek na izbore preko 85% ispitanika koji imaju prosječne i više prihode (iznad 24.000) a oni koji imaju niže prihode 75% i najniže prihode 64%. Slično je i u pogledu pitanja da li su izašli na prošle parlamentarne izbore, postotak izlaznosti raste s porastom prihoda. Ispitanici s najnižim prihodima u nešto manjoj mjeri su izašli na prošle izbore (77%) u odnosu na preko 90% ispitanika s višim prihodima.

Stupanj obrazovanja je značajan za izlaznost na prošlim parlamentarnim izborima kada je 70% onih sa osnovnom školom izišlo na izbore a taj procenat raste s porastom stupnja obrazovanja do 93% onih s fakultetom.

Tabela 3: Analiza varijanse faktorskih bodova postignutih na varijablama stranačkih preferencija

	Liberalno-demokratska	Nacionalno-radikalska
Uvijek znam kome ću na izborima dati svoj glas	M	M
Ne	-.29	.00
Da	.16	.00
	F(1,493) = 24.244***	F(1,493) = 0.941 nz
Izlazim uvijek na izbore	M	M
Ne	-.46	-.13
Da	.14	.05
	F(1,494) = 35.603***	F(1,494) = 2.874 nz
Kada bi sutra bili izbori da li biste izišli na izbore i glasali?	M	M
Sigurno ne	-.56	-.35
Vjerovatno ne	-.46	-.20
Ne znam, nisam siguran	-.16	.22
Vjerovatno da	.14	.00
Sigurno da	.16	.09
	F(4,437) = 8.009***	F(4,437) = 2.496*
Da li ste izišli na prošle parlamentarne izbore?	M	M
Ne	-.54	-.06
Da	.08	.00
	F(1,472) = 24.667***	F(1,472) = 0.298

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, nz = F-omjer nije značajan

UTJECAJ SOCIODEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA I IDEOLOŠKOG SAMOPOZICIONIRANJA NA IZRAŽAVANJE STRANAČKIH PREFERENCIJA

Na stranačke preferencije najveći utjecaj ima nacionalna pripadnost. Najviše Hrvati pa zatim Mađari preferiraju liberalno-demokratsku opciju a najmanje Srbi i zatim Bunjevci. Obrnuto, Srbi i Bunjevci u najvećoj mjeri preferiraju nacionalno-radikalnu opciju. Značajna determinanta je i stupanj školskog obrazovanja – više i visoko obrazovani u značajno većoj mjeri preferiraju Liberalno-demokratsku opciju.

Tabela 4: Analiza varijanse faktorskih bodova postignutih na varijablama stranačkih preferencija

	Liberalno-demokratska	Nacionalno-radikalna
Pol	M	M
Muški	-.06	.00
Ženski	.06	-.00
	F(1,498)=1.961nz	F=.000nz
Dob	M	M
18-30	-.02	-.06
31-45	-.14	.01
46-55	.14	.02
56-65	.18	.21
66 i više	.09	-.08
	F(4,493)= 1.779nz	F=.812nz
Nacionalna pripadnost	M	M
Srbi	-.53	.28
Bunjevci	-.11	.23
Hrvati	.65	-.43
Mađari	.26	-.12
	F(3,471)=45.168***	F=15.001***
Školsko obrazovanje	M	M
Osnovna škola	.05	.12
Zanat	-.29	.14
Srednja škola	-.00	.00
Viša škola	.14	-.03
Fakultet	.16	-.23
	F(4,492)=2.588*	F=1.679nz

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, nz = F-omjer nije značajan

STRUKTURIRANJE POLITIČKO-IDEOLOŠKIH VREDNOSTI

Hipoteza da su politički i socijalni stavovi povezani u specifične nadređene strukture koje čine prepoznatljivije političko-ideološke orijentacije se potvrdila. U faktorsku analizu uključili smo ideološke orijentacije i vrijednosti, dimenzije religioznosti, etnocentrizma i patrijarhalizma, te nacionalni i europski identitet.

Faktorskom analizom ekstrahirano je sedam faktora II reda koji ukazuju na prepoznatljivije političko-ideološke orijentacije. Ukupno je s ovih sedam faktora objašnjeno 69% varijanse.

Tabela 5: Faktori drugog reda – Ideološke orijentacije

	Zasićenje
F1 Religioznost i moralni konzervativizam	
Sakramentalna religioznost	.82
Ideološko-iskustvena religioznost	.82
Tradicionalni seksualni moral	.72
Tradicionalizam	.64
Protivljenje istospolnim brakovima	.58
F2 Socijalna dominacija i nejednakost	
Rodne predrasude	.79
Tradicionalne rodne uloge	.77
Nacionalna zatvorenost i osjećaj superiornosti	.63
Jednakost	-.46
F3 Egalitarno-etatiistička orijentacija	
Državno vlasništvo i intervencije u privredu	.77
Egalitarizam	.76
Jednakost	.44
F4 Kolektivističko-militaristički etatizam	
Etatizam	.77
Kolektivizam	.65
Militarizam	.50
F5 Nacionalna vezanost	
Nacionalni identitet	.84
Afektivna nacionalna vezanost i spremnost za samožrtvovanje	.68
F6 Antizapadni sindrom	
Europski identitet	-.81
Antizapadna orijentacija	.73
F7 Tržišna orijentacija	
Poduzetništvo	.83
Slobodno tržište	.66

Prvi faktor koji smo nazvali **Moralni konzervativizam** – definiraju sakramentalna religioznost, religijska uvjerenja i iskustvo, tradicionalni seksualni moral, tradicionalizam i protivljenje istospolnim brakovima. Ova latentna dimenzija ukazuje na strukturalnu povezanost tradicionalističkih vrijednosti i religioznosti koje čine jedan vrijednosno homogeni ideološki obrazac. Interesantno je međutim da tradicionalne rodne uloge ne doprinose ovome obrascu kako bi se to moglo očekivati.

Drugi faktor koji smo nazvali **Socijalna dominacija i nejednakost** definiraju u pozitivnom smjeru tradicionalne rodne uloge i predrasude prema ženama, te Nacionalna zatvorenost, predrasude i superiornost dok u negativnom smjeru doprinosi vrijednost „jednakosti“. Ovaj, također vrijednosno homogen ideološki obrazac ukazuje, s jedne strane, na odbacivanje vrijednosti jednakosti u društvu među spolovima te ljudima različitog socijalnog i nacionalnog porekla kao i odbacivanje jednakosti i socijalne pravde kao ideala u društvu. S druge strane prihvata se neravnotežan položaj žena u

društvu, prisutna je nacionalna i rodna isključivost kao i predrasude prema ženama i pripadnicima drugih nacija. Radi se dakle o prihvaćanju vrijednosti „socijalne dominacije“ kao regulatora društvenih odnosa. Prema teoriji socijalne dominacije društvo minimalizira grupni konflikt promovirajući konsenzualne ideologije koje daju legitimaciju društvene i intergrupne nejednakosti i opravdavaju diskriminaciju (Prato i Sidanius, 1993, prema Dukit, 2001). Različita istraživanja utvrdila su da je orijentacija prema socijalnoj dominaciji (hijerarhijskim odnosima u društvu) u korelaciji s generaliziranim predrasudama i etnocentrizmom. Takođe je utvrđeno da ova orijentacija nije povezana s religioznošću (Altemejer, 1998). Naše istraživanje potvrdilo je ove nalaze.

Treći faktor drugoga reda kojeg smo nazvali **Egalitarno-etatiistička orijentacija** povezuje vrijednosti državnog vlasništva i intervencionizma u privredi, egalitarizam, odbacivanje elitizma i vrijednost jednakosti u društvu. I ovdje se radi o jednom vrijednosno homogenom ideološkom obrascu koji povezuje zalaganje za kontrolu države nad resursima u društvu i državni intervencionizam u privredi kako bi se spriječilo stvaranje elita i razlike u prihodima i imovini te osigurala socijalna pravda i jednakost šansi za sve u društvu.

Četvrti faktor drugoga reda nazvali smo **Kolektivističko-militaristički etatizam**. Strukturu ovoga faktora određuje prizivanje državnog centralizma, vrednovanje kolektivnih nasuprot individualnih ciljeva te značajna uloga vojske u njihovom postizanju. Sveznajuća i svemoćna država koja u ime naroda treba donositi sve odluke, vojska kao garant društveno-političkog sustava i sigurnosti, i vjerovanje da su kolektivističke vrijednosti od veće praktične i moralne vrijednosti nego individualni ciljevi i nastojanja uz vrijednosti radničkog samoupravljanja definiraju ovaj faktor. Radi se o jednom homogenom ideološkom obrascu gdje se država vidi kao mehanizam pomoću kojeg se podržavaju kolektivni interesi a vojska se vidi kao instrument u postizanju kolektivne sigurnosti i ostvarivanju kolektivnih ciljeva.

Nacionalna vezanost je peti faktor drugoga reda kojeg definiraju nacionalni identitet i afektivna nacionalna vezanost. Nacionalni ponos, vezanost i poistovećivanje s drugim pripadnicima svoga naroda, osjećanje pripadnosti, ljubavi i spremnost za samožrtvovanje za dostojanstvo i interese svoje nacije određuju sadržaj ove latentne dimenzije. Međutim izrazito pozitivan odnos na afektivnom, kognitivnom i bihevioralnom nivou ne uključuju nacionalnu zatvorenost, predrasude i osjećaj superiornosti niti negativan odnos prema nadnacionalnim integracijama i zapadnom društvu. Zanimljivo je da ni europski identitet nije povezan s ovom orijentacijom ni u pozitivnom ni negativnom smjeru. Da se nacionalni i europski identitet ne isključuju nužno utvrdili su i Cinirela (1997), Kamenov i sur. (2006), Franceško i sur. (2006) odnosno da su to dvije neovisne vrste identiteta (Mihčić, 2009).

Šesti faktor drugoga reda kojeg u pozitivnom smjeru određuje antizapadna orijentacija a u negativnom smjeru europski identitet nazvali smo **Antizapadni sindrom**. Sadržaj ovoga ideološkog obrasca određen je snažnim negativnim osjećanjima prema svakoj vrsti nadnacionalnih integracija, odbacivanje europskog identiteta uz percepciju ugroženosti nacionalnog identiteta, nacionalnih interesa, ekonomskih interesa i suvereniteta države od strane zapadnog svijeta i kapitala. Interesantno je da nacionalni identitet ne doprinosi ovoj latentnoj dimenziji drugoga reda što znači da se radi prije svega o jednoj vrijednosno-ideološkoj orijentaciji, a ne o nužnoj posljedici snažne nacionalne identifikacije. U prilog tomu govori i nalaz da je antizapadna orijentacija u osnovi jedna od komponenti socijalističke ideološke matrice (Šram 2001).

Sedmi faktor nazvali smo **Tržišna orijentacija**. Strukturu ovoga faktora određuju vrijednosti ideologije slobodnog tržišta i poduzetništva. Tržišna regulacija privrede, individualizam, sloboda poduzetništva i svođenje uticaja države na privredu na najmanju moguću mjeru vrijednosti su koje određuju ovaj ideološki obrazac koji ukazuje na postojanje tržišne ideologije.

UTJECAJ SOCIODEMOGRAFSKIH KARAKTERISTIKA NA LATENTNU KONFIGURACIJU DIMENZIJA POLITIČKE KULTURE

Kako bismo utvrdili da li se ispitanici različitog spola, dobi, nacionalne pripadnosti, i školskog obrazovanja razlikuju u pogledu stupnja internalizacije političko-ideoloških dimenzija (faktora drugog reda) izračunali smo prosječne faktorske bodove na promatranim varijablama a značajnost razlika je testirana postupkom jednosmjerne analize varijanse. Utvrdili smo da nacionalna pripadnost značajno utječe na stupanj internalizacije stavovskih orijentacija. Kod Hrvata je u najvećoj mjeri prisutna religioznost i moralni konzervativizam, orijentacija ka socijalnoj dominaciji, nacionalna vezanost i antieuropska orijetacija je u najvećoj mjeri izražena kod Bunjevaca i Srba, egalitarističko-etatiistička orijentacija i kolektivističko-militaristički etatizam je karakterističan u najvećoj mjeri za Srbe, ali je s druge strane tržišna ideologija također najviše prisutna kod srpske populacije.

Stupanj školske naobrazbe također značajno utječe na stupanj internalizacije stavovskih orijentacija – značajno se razlikuju oni sa nezavršenom i završenom osnovnom školom te trogodišnjom srednjom školom u pogledu izražavanja orijentacije ka socijalnoj dominaciji, egalitarno-etatiističke orijentacije, kolektivističko-etatiističkog militarizma i antizapadnog sindroma. Ove su orijentacije u najvećoj mjeri prisutne kod najstarijih generacija jedino je antizapadni sindrom najizraženiji kod srednje generacije od 31 do 55 godina.

SUBDIMENZIJE POLITIČKE KULTURE (POLITIČKO-IDEOLOŠKI OBRASCI) KAO PREDIKTORI STRANAČKIH PREFERENCIJA

Da bismo utvrdili doprinos političko-ideoloških orijentacija u predviđanju rezultata na dimenzijama stranačkih preferencija primjenili smo multiplu regresijsku analizu koja omogućuje uvid u odnos između nekoliko nezavisnih ili prediktor varijabli i pojedinačne zavisne ili kriterij varijable. U našem modelu stranačke preferencije su zavisne (kriterijske) varijable, odnosno pojave čije se varijacije izražavaju pomoću nezavisnih (prediktorskih) varijabli, što su u našem modelu političko-ideološke orijentacije – faktori II reda. Nastojali smo utvrditi da li se prediktorske varijable (političko-ideološke orijentacije) nalaze u statistički značajnim korelacijama sa stranačkim preferencijama kako bismo dobili odgovor na pitanje o značaju prediktorskog sustava – političko-ideoloških orijentacija za predikciju rezultata na dimenzijama stranačkih preferencija, te o pojedinačnom značaju prediktorskih varijabli na kriterijske varijable – stranačke preferencije.

Kao značajni prediktori **Liberalno-demokratske opcije** pokazali su se u pozitivnom smjeru **moralni konzervativizam** (beta = .27) a u negativnom smjeru **antizapadni sindrom** (beta = -.37), **socijalna dominacija i nejednakost** (beta = -.18) i **egalitarno-etatiistička orijentacija** (beta = -.13). Oko 27% varijanse objašnjeno je prediktorskim varijablama.

Kao značajni prediktori **Nacionalno-radikalske opcije** pokazali su se u pozitivnom smjeru **kolektivističko-militaristički etatizam** (beta = .18), **socijalna dominacija i nejednakost** (beta = .15), **antizapadni sindrom** (beta = .14), i **nacionalna vezanost** (beta = .14), a u negativnom smjeru **moralni konzervativizam** (-.13) i **tržišna ekonomija** (-.08). Oko 12% varijanse objašnjeno je prediktorskim varijablama.

Prediktorskim modelom kojeg su činili političko-ideološki obrasci objašnjen je, dakle, značajan dio varijanse Liberalno-demokratske opcije (27%) i nešto manji dio varijanse Nacionalno-radikalske opcije (12 %).

Tabela 6: Rezultati regresijske analize prediktora političko-ideoloških orijentacija (faktori drugoga reda) na varijablama stranačkih preferencija

	Liberalno-demokratska opcija	Nacionalno-radikalna opcija
Prediktori	(beta)	(beta)
Moralni konzervativizam	.27***	-.13**
Socijalna dominacija i nejednakost	-.18***	.15***
Egalitarno-etatiistička orijentacija	-.13***	-.03
Kolektivističko-militaristički etatizam	-.01	.18***
Nacionalna vezanost	-.05	.14***
Antizapadni sindrom	-.37***	.14***
Tržišna ekonomija	.01	-.08
<i>F</i> (7,492)	25.877	9.675
R	.52	.35
R2	.27	.12

POLITIČKO-IDEOLOŠKE ORIJENTACIJE KAO PREDIKTORI STRANAČKIH PREFERENCIJA UNUTAR NACIONALNIH SUBUZORAKA

Tabela 7: Rezultati regresijske analize prediktora političko-ideoloških orijentacija (faktori drugoga reda) na varijabli demokratsko-liberalna opcija unutar nacionalnih subuzoraka

	Demokratska – liberalna opcija			
	Srbi	Bunjevci	Hrvati	Mađari
Prediktori	(beta)	(beta)	(beta)	(beta)
Moralni konzervativizam	.22**	.15	.15*	.20*
Socijalna dominacija i nejednakost	-.26***	-.08	-.15	-.24**
Egalitarno-etatiistička orijentacija	-.21**	-.23*	-.03	.01
Kolektivističko-militaristički etatizam	-.08	-.09	.23**	.09
Nacionalna vezanost	-.13	-.12	.17*	-.00
Antizapadni sindrom	-.25***	-.35***	-.29***	-.38***
Tržišna orijentacija	-.07	.11	-.04	.08
<i>F</i> (7,127)	5.99***	3.423**	4.385***	4.433***
R	.46	.47	.47	.49
R2	.22	.23	.22	.24
Adjusted R2	.18	.16	.17	.18

Tabela 8: Rezultati regresijske analize prediktora političko-ideoloških orijentacija (faktori drugoga reda) na varijabli nacionalno-radikalna opcija unutar nacionalnih subuzoraka

	Nacionalno-radikalna opcija			
	Srbi	Bunjevci	Hrvati	Mađari
Prediktori	(beta)	(beta)	(beta)	(beta)
Moralni konzervativizam	.12	-.14	-.10	-.19*
Socijalna dominacija i nejednakost	.10	.06	.22**	.04
Egalitarno-etatiistička orijentacija	-.19**	.13	.02	-.01
Kolektivističko-militaristički etatizam	.16*	.04	.39***	.05
Nacionalna vezanost	.19**	.07	.11	-.05
Antizapadni sindrom	.12	.04	.18*	.09
Tržišna orijentacija	-.28***	-.00	-.07	-.03
<i>F</i> (7,127)	6.153***	.452nz	5.547***	.728nz
R	.47	.19	.51	.22
R2	.22	.04	.26	.05
Adjusted R2	.18	-.04	.21	-.02

Unutar **srpskog uzorka** političko-ideološkim orijentacijama je objašnjeno 22% varijanse obje stranačke preferencije – Demokratsko-liberalne i Nacionalno-radikalne. Oni koji preferiraju stranke demokratsko-liberalne orijentacije religiozni su, izražavaju konzervativne moralne vrednosti te proeuropski sentiment a istovremeno se zalažu za jednakost u društvu, te odbacuju svaku vrstu socijalne dominacije i sorealistički model privrede. Kao značajni prediktori druge političke opcije Nacionalno-radikalne pokazale su se **Nacionalna vezanost i Kolektivističko-militaristički etatizam** u pozitivnom smjeru te **Ekonomski liberalizam i Egalitarno-etatiistička orijentacija** u negativnom smjeru. Koeficijenti regresije pokazuju da pristalice ove opcije odbacuju u isto vrijeme i vrijednosti slobodnog tržišta i dirigitirane privrede a da, s druge strane, od države očekuju da „u ime naroda donosi sve političke i ekonomske odluke“, uz izražen kolektivism i elemente radničkog samoupravljanja te očekivanja da jaka vojska bude garant „mira i stabilnosti“. Vidimo ovdje da oni koji podržavaju nacionalno-radikalnu opciju nemaju jasan stav u pogledu ekonomskog modela koji preferiraju a, s druge strane, da preferiraju kolektivne ciljeve i snažnu državu uz izraženo vezivanje za vlastitu naciju. Radi se dakle o jednom mješanom političko-ideološkom obrascu koji uz fragmente socijalističkog mentaliteta (kolektivism, etatizam, militarizam) uključuje i snažnu nacionalnu identifikaciju i spremnost za nacionalno samožrtvovanje.

U bunjevačkom uzorku prediktorskim sistemom je objašnjeno 23% varijanse demokratsko-liberalne opcije i tek 4% varijanse nacionalno-radikalne opcije. Drugim riječima u bunjevačkom subuzorku između skupa varijabli političko-ideoloških orijentacija i demokratsko-liberalne preferencije postoji relativno jaka linearna veza dok to nije slučaj kod nacionalno-radikalne opcije. Kao značajni prediktori demokratsko-liberalne opcije su se pokazali **Egalitarno-etatiistička orijentacija** u negativnom smjeru te **Proeuropski sentiment** i u manjoj mjeri **Moralni konzervativizam** u pozitivnom smjeru. Niti jedna varijabla nije značajna kao ni regresijski model za predikciju Nacionalno-radikalne opcije. Kao i u srpskom uzorku proeuropski sentiment i moralni konzervativizam uz odbacivanje sorealističkog modela dirigitirane privrede doprinose preferiranju demokratsko-liberalne opcije.

U hrvatskom uzorku objašnjeno je 22% varijanse demokratsko-liberalne opcije i 26% nacionalno-radikalnske. Podržavanje **kolektivističko-militarističkog etatizma, nacionalna vezanost i prozapadni sentiment** značajni su prediktori demokratsko-liberalne opcije. S demokratsko-liberalnom opcijom u pozitivnoj korelaciji se nalazi i **moralni konzervativizam**, a u negativnoj **socijalna dominacija i nejednakost**. Vidimo da u hrvatskom uzorku pokoravanje državnom autoritetu u obliku kolektivističko-militarističkog etatizma, za razliku od drugih nacionalnih skupina, značajno doprinosi preferiranju demokratsko-liberalne opcije. S druge strane, **kolektivističko-militaristički etatizam, socijalna dominacija i nejednakost i antizapadni sindrom** značajni su prediktori nacionalno-radikalnske opcije. Ova linearna kombinacija se međutim razlikuje od prve po svojoj strukturi. Radi se o dva tipa etatističkog sindroma, kao relikta bivšeg sistema, a razlikuju se po vrijednostima koje se uz njih vezuju.

U mađarskom uzorku prediktorskim skupom objašnjena je samo prva opcija demokratsko liberalna dok ovaj skup varijabli ne objašnjava preferencije prema nacionalno-radikalnoj opciji. **Moralni konzervativizam** u pozitivnom smjeru, te **socijalna dominacija i nejednakost i antizapadni sindrom** u negativnom smjeru, značajni su prediktori demokratsko-liberalne opcije. Za nacionalno-radikalnsku jedini je značajni prediktor moralni konzervativizam ali u negativnom smjeru.

Sumirajući nalaze možemo zaključiti da su proeuropska orijentacija, zalaganje za liberalne odnose u društvu i moralni konzervativizam oni prediktori koji doprinose preferiranju demokratsko-liberalne opcije, a odbacivanje ovih vrijednosti doprinosi preferiranju nacionalno-radikalnske opcije. Jedina razlika u odnosu na ovu pravilnost se pojavljuje u srpskom uzorku gdje se moralni konzervativizam pojavljuje i kao prediktor Nacionalno-radikalnske opcije ali povezan s orijentacijom prema socijalnoj dominaciji i nejednakosti, antizapadnim sindromom što ih razlikuje od pristalica Demokratsko-liberalne opcije.

POLITIČKO-IDEOLOŠKE ORIJENTACIJE KAO PREDIKTORI STRANAČKIH PREFERENCIJA UNUTAR SLOJNIH SUBUZORAKA

U uzorku nižih obrazovnih slojeva prediktorskim skupom objašnjeno je 29% varijanse demokratsko-liberalne opcije i 19% varijanse nacionalno-radikalnske.

Tabela 9: Rezultati regresijske analize prediktora političko-ideoloških orijentacija (faktori drugoga reda) na varijabli demokratsko-liberalna opcija unutar slojnih subuzoraka

Prediktori Faktori II reda	Demokratska – liberalna opcija		
	Niži sloj (beta)	Srednji sloj (beta)	Viši sloj (beta)
Moralni konzervativizam	.18*	.36***	.19*
Socijalna dominacija i nejednakost	-.26***	-.12*	-.19*
Egalitarno-etatistička orijentacija	-.25***	-.09	.01
Kolektivističko-militaristički etatizam	-.05	.01	.01
Nacionalna vezanost	-.07	-.08	.04
Antizapadni sindrom	-.39***	-.41***	-.29***
Tržišna orijentacija	-.06	.06	-.00
F (7,127)	7.423***	15.910***	4.081***
R	.54	.59	.41
R2	.29	.35	.17
Adjusted R2	.25	.33	.13

Značajni prediktori **demokratsko-liberalne opcije** su **moralni konzervativizam** u pozitivnom smjeru, a **socijalna dominacija** i **nejednakost**, **egalitarno-etatiistička orijentacija** i **antizapadni sindrom** su značajni prediktori u negativnom smjeru. Za **nacionalno-radikalnu opciju** značajni prediktori su **moralni konzervativizam** i **egalitarno-etatiistička orijentacija** u privredi u negativnom smjeru.

Tabela 10: Rezultati regresijske analize prediktora političko-ideoloških orijentacija (faktori drugoga reda) na varijabli nacionalno-radikalna opcija unutar slojnih subuzoraka

Prediktori Faktori II reda	Demokratska – liberalna opcija		
	Niži sloj (beta)	Srednji sloj (beta)	Viši sloj (beta)
Moralni konzervativizam	-.22**	-.11	-.11
Socijalna dominacija i nejednakost	.13	.14*	.17*
Egalitarno-etatiistička orijentacija	-.23**	-.01	.11
Kolektivističko-militaristički etatizam	.13	.21**	.21**
Nacionalna vezanost	-.07	.18**	.26***
Antizapadni sindrom	.13	.12	.16*
Tržišna orijentacija	-.14	-.06	-.04
<i>F(7,127)</i>	4.463***	4.163***	3.831***
R	.44	.35	.40
R ²	.19	.12	.16
Adjusted R ²	.15	.09	.12

U subuzorku srednje obrazovanih slojeva prediktorskim skupom objašnjeno je 35% varijanse demokratsko-liberalne opcije i 12% varijanse nacionalno-radikalne. Značajni prediktori **demokratsko-liberalne opcije** su **moralni konzervativizam** u pozitivnom, te **socijalna dominacija** i **nejednakost**, i **antizapadni sindrom** u negativnom smeru. Za **nacionalno-radikalnu opciju** značajni prediktori su **socijalna dominacija**, **kolektivističko-militaristički etatizam** i **nacionalna vezanost** u pozitivnom smeru.

U uzorku više obrazovanih slojeva prediktorskim skupom objašnjeno je 17% varijanse demokratsko-liberalne opcije i 16% varijanse nacionalno-radikalne opcije. Značajni prediktori **demokratsko-liberalne opcije** su **moralni konzervativizam** u pozitivnom te **socijalna dominacija** i **nejednakost** i **antizapadni sindrom** u negativnom smjeru. Za **nacionalno-radikalnu opciju** značajni prediktori su **socijalna dominacija** i **nejednakost**, **kolektivističko-militaristički etatizam**, **nacionalna vezanost** i **antizapadni sindrom**.

Sumirajući rezultate regresijskih analiza u slojnim subuzorcima vidimo da su prediktorski modeli u velikoj mjeri slični u svim slojnim uzorcima. Možemo zaključiti da isti političko-ideološki obrasci doprinose stranačkim preferencijama u svim slojevima i svim nacionalnim skupinama. **Moralni konzervativizam**, **prozapadni sentiment** i **odbacivanje odnosa socijalne dominacije i nejednakosti** zajedničke su vrijednosti koje doprinose preferiranju **demokratsko-liberalne opcije** u svim slojevima i nacionalnim skupinama. Suprotno tome, **antizapadni sindrom**, **snažna nacionalna identifikacija** i **prihvatanje socijalne dominacije i nejednakosti** kao modela društvenih odnosa zajednički su prediktori u svim slojnim skupinama **nacionalno-radikalne opcije**.

Regresijske analize su, dakle, pokazale da su prediktorski modeli u velikoj mjeri slični u svim nacionalnim subuzorcima. Međutim, utvrdili smo, s druge strane, da se pripadnici većinskog naroda i manjina razlikuju – prema prisutnosti ovih orijentacija kao i prema stranačkim

preferencijama. U pokušaju projektiranja slike o povezanosti političko-ideoloških orijentacija i stranačkih preferencija trebamo stoga voditi računa kako o socio-strukturnim tako i kulturološkim faktorima. Iako su političko-ideološki obrasci koji su u pozadini određenih stranačkih preferencija stanovnika Vojvodine slični različita je njihova prisutnost u pojedinim generacijskim, slojnim i prije svega nacionalnim (konfesionalnim) skupinama. Naime, nacionalna pripadnost se u velikoj mjeri preklapa s konfesionalnom: Hrvati, Mađari, Bunjevci su velikom većinom katolici, a Srbi pravoslavni. S druge strane značajne su razlike i u religioznosti – uvjerenih vjernika je najviše među Hrvatima, „mlakih“ vjernika je najviše među Bunjevcima i Mađarima a među Srbima je najveći postotak onih koji nisu religiozni. Ovdje treba imati u vidu razliku između značaja religioznosti u postkomunističkim zemljama s većinskim katoličkim odnosno pravoslavnim stanovništvom koje je utvrdio Vajtfeld (2002). Na temelju istraživanja političkih rascjepa u postkomunističkim zemljama Vajtfeld (2002) je utvrdio da je religioznost mnogo značajniji prediktor socijalnog konzervativizma u katoličkim nego li u pravoslavnim zemljama kao i da je religioznost značajniji prediktor u nacionalno podijeljenim zemljama. Drugim riječima dimenzije političke kulture – političko-ideološke orijentacije u značajnoj mjeri predstavljaju faktore koji utječu na dugoročne tendencije ponašanja birača.

LITERATURA

- Almond, Gabriel A. i Verba, Sidney (1963), *The Civic Culture: Political Attitudes and Democracy in Five Nations*. Princeton NJ: Princeton University Press.
- Altemeyer, Robert, A. (1988), *Enemies of freedom: Understanding right-wing authoritarianism*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers.
- Cinirrella, Marco (1997), *Towards a European identity? Interactions between the national and European social identities manifested by university students in Britain and Italy*. *British Journal of Social Psychology*, 36,1,19-31.
- Duckitt, John (2001), *A dual-process cognitive-motivational theory of ideology and prejudice*. *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 33, Issue: 4, Academic Press, 41-113.
- Franceško, Mirjana, Kodžopeljić i Janičić, Bojan (2006), *Prediktori socijalnog identiteta na dimenziji nacionalni-evropski*. *Sociologija*, Vol. XLVIII, br. 4.
- Jost, John T, Federico, Christopher M, Napier, Jaime L. (2009), *Political Ideology: Its Structure, Functions, and Elective Affinities*, *The Annual Review of Psychology*, 60:307-337.
- Kamenov, Željka, Jelić, Margareta, Huić, Aleksandra, Franceško, Mirjana i Mihić, Vladimir (2006), *Odnos nacionalnog i evropskog identiteta i stavova prema evropskim integracijama građana Zagreba i Novog Sada*. *Društvena istraživanja*, 15 (4-5), 867-890.
- Mihić, Vladimir (2009), *Da li smo i mi Evropljani? Povezanost i korelati evropskog i nacionalnog identiteta*. *Psihologija*, Vol. 42(2), str. 203-220.
- Stojiljković, Zoran (2008), *Partijski sistem Srbije*, Službeni glasnik, Beograd.
- Šram, Zlatko (2001), *Antizapadna orijentacija kao komponenta šire ideološke matrice: slučaj Vojvodine*. *Politička misao*, Vol. XXXVIII (2), 91-110.
- Vujčić, Vladimir (2008), *Kultura i politika*. *Politička kultura* nakladno-istraživački zavod. Zagreb.
- Whitefield, Stephen (2002), *Political Cleavages and Post-Comunist Politics*. *The Annual Review of Political Science*, 5:181-200.

PREDIZBORNA PATOLOGIJA

ESEJ O PATOLOGIJI PREDIZBORJA UOČI ĐURĐEVDANSKIH IZBORA 2012.

Ima smisla, iako nije uobičajeno, da se govori o izbornoj patologiji, odnosno o patologiji izbora (izborna krađa, krojenje i prekranje granica izbornih jedinica, namerne manjkavosti u biračkom spisku, pristran rad izborne administracije...). Isto tako ima smisla, iako nije uobičajeno, da se govori o patologiji izborne kampanje, odnosno patologiji predizborja.

Upotreba pojma izborne, odnosno predizborne patologije čini mi se primerenijim od upotrebe pojma izborne korupcije (*Election Corruption*) koji gotovo počinje da se odomaćuje (u kontekstu pojma **integritet izbora**²⁶ – *Election Integrity*).

Zalažući se za širu upotrebu pojma predizborna patologija, ovde ću ukazati na nekoliko njenih pojavnih oblika: prljava kampanja, populizam, stereotipi i glasine, fama o istosti svih stranaka i svih kandidata, događajna kampanja, flotantne stranke i flotantni poslanici... (Reč je inače, o nekim tekstovima koji su objavljeni u seriji svakodnevnih socioloških zabeleški o izborima u „Izornoj groznici“ u listu *Danas*, počev od 18. marta do 18. maja 2012. godine).

PRLJAVA KAMPANJA

Još pre početka kampanje, gradovi Srbije su oblepljeni plakatama sa implicitnim porukama „Vidi ti kako oni žive, a mi?“, „Oni su lopovi“, „Oni su tvorci srpskog neuspeha“. Potom, kada je kampanja ozvaničena, izgledalo je da smo ušli u normalu i da ćemo imati moralniju kampanju. Ali se potom zdesi da se **prljave poruke** o drugima mogu čuti i sa TV ekrana. Od poruka o sebi postepeno se prešlo na poruke o drugima. A upravo ovih dana doživimo i neverovatan paradoks, oni genijalci iz RRA osudiše Čanka zbog jednog relativno benignog spota, a prljavštine nas zasipaju odasvuda!

Prljava kampanja komunicira sa glasinama koje kruže diljem biračke mase. Naslanjaju se jedna na drugu, dopunjuju se i međusobno hrane. Imaju i iste posledice: gađenje prema političarima i raznim kandidatima za razne vlasti i pad poverenja u politiku i izbore.

I glasine i prljavštine u kampanji narušavaju moralnost učesnika u kampanji a to je inače jedan od dva ključna kriterijuma u racionalnom glasanju. Moralnost posle ili pored kompetentnosti partije ili kandidata jeste važno javno obrazloženje datih izbora ovih ili onih kandidata.

Izbornim navijačima glasine i prljava kampanja, uz podrazumevanu selektivnu percepciju, služe kao podrška njihovim ljubimcima, a istovremeno i kao obrazloženje animoziteta prema izbornim protivnicima.

Racionalni glasači mere glasine i proveravaju istinitost tvrdnji iz prljave kampanje. Po pravilu su indiferentni prema psinama od uva do uva i iz javnih glasila, kada one dolaze iz tabora onih za koje neće glasati. Međutim, kada psine dolaze iz njima bliskog tabora, bivaju pokolebani u svoje izorno opredeljenje, jer smatraju nemoralnom takvu vrstu ponašanja.

²⁶ Integritet je etički kodeks ponašanja kao i sistem mehanizama usvojenih u cilju zaštite ispravnosti i celishodnosti procesa. Izborni integritet podrazumeva: opšte prihvaćen kodeks ponašanja u politici; izborni okvir koji je pravičan i pošten; pošteno, transparentno i nepristrasno upravljanje izborima; političku slobodu da se slobodno i podjednako učestvuje u atmosferi okarakterisanoj nepostojanjem straha; odgovornost svih učesnika; izgradnju mehanizma, uključujući nadgledanje od strane građanskog društva i slobodnih medija, kako bi se osigurao integritet i obezbedila odgovornost; i primenu – videti šire u: http://aceproject.org/main/overview-serbian/integritet-izbora?set_language=en

No i pored ovih argumenata protiv prljavih kampanja, pojedine partije im se posvećuju. Bilo da im kampanjski glavni manipulant to predstavlja kao dobitnu kombinaciju, bilo da im ništa drugo ne preostaje, pa se pristupa onom najjeftinijem, u svakom pogledu.

Pljuvanje po drugima je uvek **pljuvanje uz vetar**, nešto od pljuvačke se vrati i zalepi na lice pljuvača. Partije i njihovi market-eksperti znaju za to, pa stoga idu na anonimne, pa i podmetnute poruke (poruka se falsifikuje tako što se njen autor skriva, a potpusuje neko drugi).

U podtekstu prljave kampanje stoji: „Mi jesmo loši, znate vi to, ali možda ne znate da su oni još lošiji od nas“. Tako je, jer da nije tako, zašto bi imali potrebu da olajavaju druge! Iza prljave kampanje po pravilu stoji svest o sopstvenim nepodobštinama.

Istraživanja efekata prljavih kampanja ukazuju na odsustvo željenih posledica takvih kampanja, a i tamo gde se one utvrde nedostaju podaci o vremenu trajanja postignutog efekta!

U nas je, a i drugde, precenjena moć izbornih kampanja, a pogotovo moć prljave kampanje. I dalje važi ono što su Lazarsfeld i saradnici napisali o kampanjama, još 1944. godine.

POPULIZAM SADA I OVDE

Naravno da je lakše pronaći šta u ovoj kampanji nije populizam, iako ja to ne uspevam. S druge strane, nabrojati populizme nije teško, ali traži mnogo prostora. Izdvojiti, pak, neke leve ili desne, nije pošteno zbog ostalih „nadrealista“.

Tako će nam jedni obezbediti standard, a drugi odbraniti Kosovo; jedni će zaposliti sve nezaposlene a drugi dovući velike pare; neki se dvoume između penzija za sve i očuvanja ćirilice; jedni će nas „uneti“ u Evropu, a drugi će nas „izmestiti“ iz Evrope. Št'ono reče moj komšija, što se brate ne dogovore pa zajedno sve to ne naprave! Ne mogu da mu objasnim neke stvari koje on u životu razume, ali ne i u politici: da se ne može u isto vreme biti na dva mesta, da se ne može „i jare i pare“, da ne ide da „koza čuva kupus“, da se ne može istovremeno kretati gore i dole, levo i desno – i ostati živ! Ali, ono što ne može u životu može u bajkama, a mi smo narod bajki, naš narod je kao dete koje nikako da odraste, da postane punoletan, da od delića naroda postane građanin, da prestane da veruje u bajke!

Postoji nekoliko pop poruka čije je pominjanje danas neuputno jer su te fraze istrošene, otrcane i postala su sinonimi neostvarivih obećanja. Da pomenemo „švedski standard“ ili „leb za tri dinara“.

Svašta se danas i ovde naziva populizmom. Populizam vam je kao psovka, kao uvreda. Svoje ne psujete, druge možda. Davno je Darendorf rekao „ono što je za nekog populizam, za drugog je demokratija, i obrnuto“. „Za različite grupe ljudi populizam se kreće između dubokog smisla i fundamentalne gluposti“, kaže Pol Tagart. I dalje: „Populizam je komplikovan i neuhvatljiv koncept. Nedostaju mu odlike koje bi ga učinile opipljivijim. U njemu su ukorenjene karakteristike koje ga čine suštinski nestalnim. Zbog toga je veoma teško stvoriti generalizovan opis, a nekmoli univerzalnu i jasnu definiciju populizma kao ideje ili političkog pokreta“. Ivan Krastev kaže da čarobnu formulu populističkog uspeha čini deset elemenata: autentični bes, neobuzdana mržnja prema eliti, neodređenost politike, ekonomski egalitarizam, kulturni konzervativizam, saosećajni radikalizam, odmereni evroskeptizam i antikapitalizam, jasni nacionalizam, pritajena ksenofobija i antikorupcijska retorika. O populizmu ima dosta literature i malo slaganja. U nas se tom temom najsystematičnije bavi Nebojša Popov koji se u svojim radovima oslanja na definiciju populizma koju daje Margaret Kanovan. Ona razlikuje sedam tipova populizma (radikalizam zakupaca, seljački pokreti, agrarni socijalizam intelektualaca, populistička diktatura, populistička demokratija, reakcionarni populizam i populizam političara), a njihovim zajedničkim jezgrom smatra - apel na narod kao monolitnu zajednicu.

Sve u svemu, značenje pojma populizam danas je toliko prošireno i razvodnjeno tako da malo fali pa da ne znači ništa. U najširem smislu on je odrednica svake nerealističke politike, svih neostvarivih obećanja... Populizam je uvek i odgovor na „populističke“ želje onih kojima su populističke poruke upućene.

Ponekad znamo da su pop parole neostvarive, ali mnimo kako bi to bilo lepo kad bi se ostvarile. Populizam je bajka o dobitku koji nas ne košta, o benefitima koji nam ne pripadaju, o „ujaku iz Amerike“, o dobitku na lutriji bez kupovine loza...

Populisti podilaze našem bajkolikom shvatanju života i sveta, našim željama za boljim životom, našim snovima o „životu bez rada“, „iznenadnom uspehu“ u nečemu u čemu smo dobri ili barem mislimo da smo dobri. Populisti nam obećavaju budućnost koju priželjkujemo i koju sanjamo. Zato i imaju uspeha. Druga stvar je to što je to kratkotrajni uspeh i traje koliko let vilinog konjica. Sve je to kao ono kad nas buđenje prekine u lepom snu, a mi se onda trudimo da ponovo zaspimo i nastavimo san tamo gde je prekinut. Od izbora do izbora, od kampanje do kampanje.

Populizam je efikasniji, sa stanovišta njegovih proizvođača, kod onih kojima je loše, koji su nezadovoljni, zaknuti, frustrirani... Veliki je broj ljudi koji misli da treba da ima više nego što ima, koji misli da treba da živi bolje nego što živi, da dobija manje nego što je zaslužio. Populisti se njima obraćaju. S druge strane, „Ako vam je dobro, onda ništa“, poručuje „Peščanik“.

Proaktiv (<http://www.proaktiv.org.rs>) realizuje projekat „Populistički rečnik demagogije“. „Ili čitaš ovaj rečnik ili si se osudio na nepismenost i život u duhovnom mraku“ (<http://www.demolizam.rs/>). Valja pogledati viralnost. Pogledati i tekst Uroša Nedeljkovića o digitalnim populistima („Biznis i finansije“ 84, februar 2012).

Na vezu između iluzionista i naših partija već je ukazivano u listu „Danas“, ali nije imalo većeg odjeka među partijama. Možda je sada, u polufinalu kampanje, ipak potrebno da pojačaju svoje iluzionističke performanse. Nepobitno im je potreban Huidini sa onim trikovima **oslobođanja iz nemogućih situacija**. Verujem da bi manje od ovih TV spotova koštao angažman Dejvida Koperfilda koji bi mogao da izvede predstavu levitiranja nad stvarnošću (kao ono nad Velikim kanjonom)...

Populizam nije samo priča. I neka dela politički protivnici ubrajaju u populistička. Na primer, ograničenje marže na 10% za neke proizvode, zoološki vrt u Jagodini, ukidanje putarine unutar Beograda, izgradnja IT parka u Indiji, objavljivanje spiska poreskih dužnika, ukidanje dve takse na ulazak u autobus od Mladenovca do Beograda i nazad... Ja volim populizam.

STEREOTIPI I GLASINE, OGOVARANJA I TRAČEVI, OLAJAVANJA I PSINE

Drugi dan Vaskrsa, na groblju u mom selu, žamor i rumor o izborima i kandidatima – lopovima. Pomislim, pa ovo je kraj sveta.

Ovom narodu kampanja nije dosadna, ma šta o tome mislili „analitičari“. Dođe im kao dobar povod za razgovor i pljuvanje po političarima, po komšijama i sugrađanima koji su se kandidovali za ovo i ono odborničko ili poslaničko mesto, za gradonačelnika ili šefa države. Čujem i da im je nekako krivo što se ne znaju kandidati za ovog i onog ministra, pa čak reče jedan: I da se zna ko će da zameni onog šlosera što savetuje predsednika opštine. Hoće ljudi kompletnu informaciju. Ali ne ono: **Šta, Kako, Kada**, jedino ih interesuje: **Ko**. I nema tih doktorskih ordinacija u kojima ovo može da se smisli i izmisli. Kad narod spinuje, to je spinovano! Kad narod nekog proglasi lopovom, taj ima da krade iako nikad nije.

Evo i najnovija glasina da uz peticiju za rehabilitaciju Vuka Brankovića ide i dodatak u kojem se zahteva poštovanje istorijskog redosleda u rehabilitacijama, nije tačna; ja sam pročit'o pre nego što sam potpis'o i tu nema pomenutog dodatka.

U vreme pre izbora najčešće su glasine o političarima. Izborne implikacije glasina deluju stvarno. Na izbornu odluku više utiče „ono što se čulo“, nego „ono što je pouzdano tačno“. (Glasine su sugestivne i uverljive, i imaju snagu da često jače oblikuju stavove i ponašanje ljudi nego pouzdane informacije, kaže Hans Nojbauer.) Otuda se kampanjeri sve češće orijentišu na širenje glasina i to baš na teme koje se u narodu najlakše primaju. Politička partija, nemoćna da se suprotstavi poplavi glasina o sebi i svojim, bira lakšu taktiku, počinje da emituje psine o drugima.

Raširenost glasina o političarima povezana je sa opadanjem poverenja u političke institucije. Nema poverenja u prevarante i lopove. Poverenje u političke institucije posebno se urušava u predizbornim kampanjama kada se međusobno pljuju svi politički akteri, pa i dojučerani saveznici. Socijalni kapital se topi neviđenom brzinom. Otuda bilo kojeg pobjednika predstojećih izbora čeka nemoguća misija!

Politička elita se naivno uzda u zaborav naroda. Na to je potiču često obnavljane paranaučne priče „analitičara“ o narodu koji lako i brzo zaboravlja!

Da su političari zaista tako loši kao što narod o njima misli, ma ne bi mogli da opstanemo ni ovako kako opstajemo!

Zabrinuti i uplašeni zbog neizvesnosti oko toga u čijim rukama će u naredne četiri godine biti naš život i život ove zemlje, **sumnjamo u svakoga**, a i imamo **loše iskustvo sa svima**. Ne verujemo nikome, pa nam glasine dođu kao argumenti za naše nepoverenje. Može se konstatovati pravilo: glasine jačaju nepoverenje, a nepoverenje proizvodi glasine.

MA SVI SU ONI ISTI

Često čujem kako običan svet upućuje ozbiljne prigovore političkim partijama i drugim kandidatima. Svi su oni isti, svi oni žele vlast, i samo to im je u glavi! Ljudi moji, ne biramo mis Srbije, vlast biramo (ili nam se barem čini tako). Partije i postoje radi toga, radi vlasti i moći; izbori i postoje da bi se takmičilo za vlast!

Sve žene misle da su svi muškarci isti, a ovi im uzvraćaju istom psovkom. Iako je tako, ipak nam se jednom učini da je jedna drukčija od ostalih ili da je jedan drukčiji od ostalih i onda se volimo, nas dvoje drukčijih od ostalih. Sve su žene iste, važno je da je naša različita, i nadamo se da i ona isto misli o nama.

Ma svi su političari isti! (to je tako, ma koliko se onaj Heraklit prevrtao u grobu). Uvek je bilo i uvek će biti: *Sjaši Kurta da uzjaši Murta*. Nema pouzdanog datiranja ove narodne izreke za koju se veruje da dobro objašnjava mnogo toga u politici. Mnogi misle da je davnašnja. Ne zna se ni kako je nastala. Ako se manemo seksističkog objašnjenja u Vukajliji i poverujemo ekspertu, onda ova izreka nema nikakvu istorijsku ili anegdotsku podlogu (Egon Fekete). Ne verujem da je u vreme nastanka ova izreka imala političko značenje, verovatnije je da je bila povezana sa temom jahaćih životinja.

Zna se da mnogi među nama misle da su političari na vlasti svakda isti, ali zašto onda kad dođe dan izbora, obično dvoje od troje nas, na svakoj listi razlikuju jedne ili jednog od svih drugih. U stvari, ima argumenata i za istost i za različitost političara.

Političari i partije su isti po minimalnom konsensusu o nekoliko temeljnih pitanja politike, o kojima se danas gotovo i ne razgovara. Ni jedna među relevantnim partijama ne osporava

privatnu svojinu ni parlamentarnu demokratiju, ni višepartizam, pa ni ulazak u EU, pa ni puteve društvenih promena (reforme, a ne revolucija); svima su puna usta demokratije, želje za boljim životom sviju nas, želje za zapošljavanjem svih nezaposlenih; iste su po tome što se u izbornoj kampanji ne bave pitanjima kulture, iste su po tome što se sve protive pedofiliji... Retki su izuzeci, koji prema poznatom objašnjenju, potvrđuju pravilo: mislim na Dveri koji se bore protiv „stranačko tajkunskog sistema“, na partiju „belaša“ koja osporavaju izbore kao ključni događaj parlamentarne demokratije, na Radikale koji su protiv Evrope a šef im poodavno u Evropi, na iste koji nam garantuju „naše Kosovo“ ako oni dođu na vlast...

Sve ove koji misle da su *svi isti* zastupaju Dveri: „*Svi su isti – Sve im boje lepo stoje*“. Kada bi svi koji misle da su svi kandidati za vlast isti glasali za Dveri, ovi bi sigurno bili treći po broju glasova na Đurđevdanskim izborima.

Kako to izgleda u istraživanju?

Maltene što god da pitate čoveka u vreme izbora, dobijete odgovor „Ma svi su oni isti“. Jednostavno rečeno, duh vremena u javnom mnenju uoči izbora u Srbiji, ne dozvoljava drukčiji početak političkih razgovora u svetu tzv. običnih ljudi.

Pitate poznanika „Kako si?“, a on odmah: Ma svi su oni isti! Već kod drugog pitanja: „Znači sve ti je jedno za koga ces da glasaš“. Ili vam odmah odgovori: „Nije baš svejedno“ ili kaže kako neće ni izaći na izbore jer nema za koga da glasa. U daljem razgovoru saznajete da će čovek ipak izaći na izbore („Ako bog da zdravlja“) i da će glasati za nekoga i da se nada pobeđi svojih.

S druge strane, ima smisla i pitanje a po čemu se onda partije razlikuju? Pre svega narod razlikuje partijske lidere. Niko tu neće da pomeša ne samo Zukorlića i Jadranku Šešelj, već ni Tadića i Nikolića, ni Dragišića i onog Glišića iz Dveri...

Građani razlikuju ideologije/politike stranaka. Kada im se daju izvodi iz stranačkih programa, a bez navođenja partije čiji je to program, „jaka“ polovina prepoznata stranku čiji je to program, a sledeća četvrtina ne greši u svrstavanju datog program u kontinuumu levo-desno. I što je naročito značajno, građani različito procenjuju sposobnost stranke (kadrovske kapacitete) da rade na onom što obećavaju. Malo li je?

Ako mislimo da su svi političari isti, svejedno je ko će da pobeđi. Pošto su svi isti, možemo da glasamo bilo koga, možemo da precrtamo listu, možemo da samo da se pravimo da smo nekog zaokružili.

Fatalizam sveistosti vodi u izbornu apstinenciju i znak je opšte indiferentnosti za koju neki Antonio Gramši reče da je mrzi jer „ko zaista živi mora biti građanin, mora biti pristran. Indiferentnost je bezvoljnost, parazitizam, kukavičluk; to nije život.“ I dalje: „Indiferentnost snažno deluje kroz istoriju. Deluje pasivno, ali deluje. Ona je fatalnost (...) Ono što se zbiva ne zbiva se zato, jer neki žele da to bude, koliko zato što ogromna masa ljudi odustaje od posedovanja vlastite volje, prepusta drugima da rade, pušta da se zapletu čvorovi, koje kasnije jedino mač može da preseče, dozvoljava da se donesu zakoni, koje će kasnije moći ukinuti jedino pobuna, dopušta da se dokopaju vlasti ljudi, koje će kasnije jedino ustanak moći oboriti.“

DA ŽIVOT STANE, JAKAKO!

S pravom reče pre neki dan poverenik za informacije, Rodoljub Šabić: „Život ne sme stati zbog izbora.“ No, ne pomaže. Opet svakodnevno čujemo zahtev da život stane dok ne prođu izbori.

Javnost ni da mrdne moždanom ćelijom, a NVO „BiK – SiS“ (Nevladina organizacija „Banditizam i Kriminal – Svagda i u Svuda“) iz dana u dan piše proteste, organizuje potpisivanje peticije, najavljuje beli štrajk, preti da će organizovati četiri sindikata, ukoliko se za vreme izborne kampanje ne

prestane sa hapšenjima članova i volontera ove organizacije. I zaista, baš ga preteraše, eto vidite šta se dešava kad građani imaju poverenje u narodnu miliciju. Pohapsiše jedne, pa druge, pa treće. I to im malo, sad i one što ukraše nekog Sezana (ne znam što predoše na krađu ljudi pored toliko našeg novca po tuđim bankama; što ne krađu naše?). Jedino im, za sada, promiče Džajić. Da nije zbog Đurđevdana, Derbi je prošao! Ili možda zbog Kupa Maršala Tita?

I zašto sve te priče, zbog parčeta vlasti. Zaklaše vola zbog grama mesa! Više bi se ovajdili u našim redovima, ipak su političari u našem lopovskom poslu, tek početnici. Ono, nije da neki nisu nešto naučili (i zato ih nećemo menjati, jer dok nove naučimo ima da se pomučimo!).

Daleko ode i onaj **novi lik** na političkoj sceni Srbije sa pustom željom da (se) smeni i vlast i opoziciju. A što ih načisto ne ukinuti? Verujem da bi NVO BiK – SiS svesrdno podržala zahtev za duže trajanje **predizbornog bezvlašća**. Uostalom, ne mora da se to ukida (zbog sveta, Evrope i besposlice), ali bi mogli da imamo izbore svake godine, a izborna kampanja može da traje pola godine.

U pričama/zahtevima da život stane, opozicija bi htela da vlast ne bude vlast, barem neko vreme. Sve radi izjednačavanja uslova za predizbornu trku. Neće oni hendikep-trku. Razumem ja to. Razumem sve one koji imaju moju visinu, a koji bi da ograniče visinu košarkaša, na metar i šesdeset osam. Jednakosti radi.

A i vlast udarila kontru. Kaže ona opoziciji: prebacujete nam što upotrebljavamo vlast, a što vi upotrebljavate svoje opozicionarstvo, pa morate da budete čorba u svakom štrajku, protestu... Zar podržavanje nezadovoljnih zaposlenih i nezadovoljnih nezaposlenih, nije zloupotreba opozicionarstva?

Videše **analitičari**, udario tuk na luk! I počese komentari, počese zahtevi za **promenu političkog identiteta vlasti i opozicije**. Da vlast ne bude vlast i da opozicija ne bude opozicija, a tu su i slične mudrosti.

A to oko smederevske gvoždare, zaista ne znam da li je prodaju zbog izbora. Ono da izbori koštaju, koštaju nema šta. Ali da na brzinu skockaju prodaju samo radi čara na glasanju? Ma da smo tako sposobni, gde bi nam bio kraj?

KO „PRELEĆE“ A KO SE OPTUŽUJE ZA „PRELETANJE“

„Preletače“ nalazimo među biračima (tzv. flotanti), među poslanicima, ali i među političkim partijama. U javnosti, pak, samo se govori o poslanicima „preletačima“ i samo se na njih baca drvlje i kamenje. Zašto novinari nasedaju na priču o poslanicima „preletačima“, kad se **prodaju** i birači, a i same partije se i prodaju i kupuju i preprodaju.

Spolja su nas nagnali da se odrekemo onih smešnih ugovora o odricanju prava na sopstveno mišljenje (*blanko ostavke*). Onda smo smislili „depozit“ ili šta već. To vam je kao velika novčana kazna zbog praktikovanja prava na slobodno mišljenje i na promenu mišljenja. No poznavajući zakona rekoše da to nije zakonito. Ovo tumačenje Srpski radikali ne prihvataju pa su njihovi u obavezi da potpišu menice na oko 100 hiljada evra, pa ako vrdnu, zna se! No to ne važi za njihove koji su izvukli veći broj od 84 (valjda Srpski radikali očekuju da neće imati više od 84 poslanika).

Ostade, tako, da nam „samo čast čuva mandat“. Ne znam zašto je zanemareno ono kolektivno zaklinjanje u prisustvu predstavnika SPC, koje može da biva u verskom objektu (na primer, u crkvi Pokajnici), a i negde drugde. One partije koje drže do tradicije mogu da obnove onu srednjevekovnu praksu davanja dece u zalog (to su radili i naši vladari). Na primer, izabrani poslanik pošalje dete u stalnu školu koju održava partijski vrh, pa ako poslanik vrdne i pokuša da „preleti“, zna se...

Jasno mi je zašto novinari a i većina nas, abolira birače. Oni imaju pravo na promenu izborne orijentacije, predomisle se, odluče da kazne dojučerašnji najbolji izbor; neki budu pod uticajem vrsnih partijskih kampanja, neki bivaju prevareni a neki se prevare... ali na to narod ima pravo.

Ali zašto abolirati političke partije, zašto im opraštati, zašto i njih ne bi stavili na „stub srama“. Pa zaslužuju one to, ako u predizbornu koaliciju ulaze čas s ovom, a čas sa onom partijom. Ako u postizborne koalicije ulaze **principijelno**, pridržavajući se principa „ko da više“.

Da li partijski program i partijsku politiku prepustiti samo časti onih koji datu drže u rukama. Zašto ne bi i partijske vrhove obavezali da poštuju program svoje partije, da budu dosledni, da zaista rade na onome što su obećale da rade? Kako ih obavezati nečim stvarnim a da oni to i prihvate. Znam da bi oni prihvatili zakletvu u crkvi. No bojim se da bi pritom držali fige iza leđa. Da potpišu menice svakom čoveku koji je za njih glasao. Ideja je slatka, ali ne verujem da bi partijske vođe to prihvatile. Ne javlja mi se ništa pametno. Ali, izvolite, razmišljajte, šta da se radi...

ODGOVORNO GLASANJE I GRAĐANSKO OBRAZOVANJE

SAŽETAK

U uvodnom izlaganju, kroz kontroverze oko participacije i apstinencije građana u drugom krugu predsedničkih izbora u Srbiji 2012, razmatra se pretpostavka o „kvalitetu“ upotrebe biračkog prava, tj. funkcija odgovorne upotrebe biračkog prava građana. Sledi premišljanje o upotrebi glasačkog prava u binarnom modelu „za-protiv“, ili racionalnoj upotrebi glasačkog prava u kauzalnom modelu „pravodgovornost“. Na kraju, analiziraju se osnovne pretpostavke tzv. građanskog obrazovanja, još određenije školskog predmeta Građansko vaspitanje u savremenoj Ruskoj Federaciji, Ujedinjenom Kraljevstvu Velike Britanije i Severne Irske, i Srbiji. Zaključuje se, da je građansko (političko) demokratsko obrazovanje u funkciji stvaranja ogovornih političkih elita sa jedne strane i odgovorne upotrebe biračkog prava građana, sa druge strane. Ključne reči: obrazovanje za demokratiju, građansko vaspitanje, civilno društvo, odgovorna upotreba biračkog prava, racionalna upotreba glasačkog prava.

Nakon drugog kruga predsedničkih izbora u Srbiji 2012, građani se suočavaju sa neizvesnom budućnošću. Koalicioni *afterpaty* još neko vreme će zabavljati javnost, a onda će se sa velikih, zavodljivih, državnih pitanja, preći na ekonomske i socijalne teme. Izvesnost programski „šarenolikih“ tzv. kohabitacionih vlada, nudi nedovoljno jasne i neizvesne programske koncepcije građanima. Ukratko, izborna „zabava“, još uvek nadjačava glasanje, kao preuzimanje odgovornosti za budućnost demokratskog društva. Podjednaku odgovornost za ovakvo stanje snose politički akteri i građani.

Umesto premišljanja o „kvalitetu“ upotrebe glasačkog prava, medijski prostor se ispunjava brojkama i kalkulacijama. Slabija izlaznost u drugom krugu se problematizuje u preliminarnim analizama; na dnevni red dolaze uobičajena pitanja o izbornoj apstinenciji. Porast broja tzv. „belih listića“ koji nezvanično, iznosi oko 4,7% tumači se različitim uzrocima: nerealizovana obećanja, međusobna optuživanja i negativna kampanja predsedničkih kandidata, nedostatak „novih lica“ i sl. U senci, uobičajnog statističkog „vašara“ u drugom planu ostaje ono što se može (uslovno) nazvati „kvalitetom“ samog glasačkog čina izraženog u pitanju: zašto glasam? Ili, još preciznije: kako glasam? Ovde je akcenat na „motiv“ koji opredeljuje građane za jednu od ponuđenih političkih opcija, a ne samo na formalnoj upotrebi ovog prava. Kako navodi Dragoljub Jovanović, demokratija nije „dogma“, već živa težnja narodnih masa da se uzdignu do određene socijalne volje i nađu sredstvo za njeno sprovođenje.²⁷

Glas, kao transfer volje birača u javne politike, i na taj način nadvladavanje partikularnih interesa političkih oligarhija, ili glasanje kao „saučesništvo“ u kompetitivnoj političkoj kampanji? Glas u kontekstu „za-protiv“, ili odgovorno glasanje u agregatu „uzrok-posledica“ i preuzimanje odgovornosti za budućnost demokratskog društva, u velikoj meri je predmet ovog premišljanja.

Analitičari se uglavnom slažu, da je drugi krug predsedničkih izbora 2012. u Srbiji, obeležilo glasanje „protiv“, a ne „za“ konkretnu ličnost i politički program. Odgovornost za to snose i sami predsednički kandidati, ali fokus ovog razmatranja je na građanskoj odgovornosti. Da

²⁷ Dragoljub Jovanović, „Socijalna organizacija demokratije“, Raskrsnica, vol. 2, br. 8, str. 5.

li je nezadovoljstvo sveopštom socijalnom i ekonomskom situacijom u zemlji, opravdanje za upotrebu biračkog prava u prostim kategorijama „za-protiv“ ponuđenih političkih opcija? Nije li socijalna kriza posledica neuspeha ne samo jedne široke političke koalicije, već i izraz neodgovornog građanskog društva, nesposobnog da kontroliše političke aktere? U istraživanjima koje je CeSID sproveo u decembru 2007. godine 44% građana je izjavilo da je ravnodušno prema političkim strankama ili da ih ne podnosi. Pored toga, čak 36% građana je izjavilo da nema blisku stranku.²⁸

Vratimo se na ono mesto gde demokratija počinje, a to je odgovorna upotreba glasačkog prava. Jedna od definicija „prkosa“ naglašava da je to osobina pojedinca koji svesno radi, iz inata nekome na štetu, a sebi bez koristi, osim uživanja u tome što je drugome napakostio.²⁹ Šta je motiv za izbor? Navešćemo dva prihvatljiva „racionalna“ modela: prvi ćemo označiti kao liberalni u kojem glasač usmerava izbor prema ličnom interesu, ili interesu svoje profesionalne, nacionalne, rodne ili neke druge grupe (što ne dovodi u pitanje interes zajednice) i tradicionalni, koja stavlja glasača u poziciju da svoj izbor usmerava prema javnom dobru (koje ne isključuje obavezno, njegovo lično dobro). Glasač, svoj izbor usmerava prema svom konkretnom interesu, potrebama svoje bliske profesionane ili socijalne grupe, a da se pri tom ne gubi u atomiziranom „binarnom“ sistemu glasanja „za“ i protiv“ u kojem postaje deo igre visoko profesionalne političke „elite“. Indikativno je Sartrovo (Sartre, Jean-Paul) zapažanje:

„Svi birači čine deo najrazličitijih grupacija. Ali, glasačka kutija ih čeka ne kao članove ove ili one grupe, već kao građane. Izolovano glasačko mesto postavljeno u školskoj ili opštinskoj sali, simbol je svijui izdaja što ih pojedinac može počiniti protiv grupa kojima pripada. Ono svakome kaže: *Niko te ne vidi, zavisiš samo od sebe; odlučićeš u izolaciji, a potom ćeš svoju odluku da prikriješ ili da slažeš. Ništa više nije potrebno da bi se svi birači koji ulaze u salu pretvorili u izdajnike koji jedni druge drže u šahu.*“³⁰

Svoj „bezlični“ glas, definisan u strukturama političkih organizama, glasač može pretvoriti u svoj „lični“ smisleni glas, racionalnim pristupom od uzroka do posledice, za interes njegove grupe, profesionalne, porodične i svake druge, a u kojima građanin realno i egzistira, izbegavajući opasnost visoko političkih apstraktnih izbora. Odgovorna upotreba biračkog prava, između ostalog upućuje na pojam građanskog i političkog obrazovanja u njegovim različitim (formalnim i neformalnim) oblicima. U ovom razmatranju fokus je, delimično, na uopštenom razmatranju o građanskom političkom obrazovanju, kao i na Nastavnom planu i programu školskog predmeta Građansko vaspitanje.

GRAĐANSKO (POLITIČKO) OBRAZOVANJE I ODGOVORNO GLASANJE (PRAVO-ODGOVORNOST)

„Naša prošlost... spada u prahistoriju jer ima nekoliko vekova što smo tvrdi robovi kad se nikako ne pitamo ni kako ćemo da organizujemo neki seoski sajam, kamoli državni organizam.“³¹

Već je zapaženo, da visoka participacija ili apstinencija na izborima ne mora svedočiti o demokratskom karakteru političkog poretka. Ne zaboravimo činjenicu da je učesće građana većine jugoslovenskih republika na prvim slobodnim izborima bilo relativno visoko (Hrvatska i Makedonija 85%, Slovenija 84%).³² Visoku izlaznost u velikoj meri je uslovljavao „referendumski“

²⁸ Miloš Hrnjaz, „Izborna participacija i apstinencija“ u Srećko Mihailović (ur.), Predsednički izbori 2008: okolnosti i rezultat, Službeni glasnik: CeSID, Beograd, 2008, str. 61.

²⁹ Bojan Jovanović, Prkos i inat, Zavod za udžbenike, Beograd, 2008, str. 81, 82.

³⁰ Žan Pol Sartr, „Izbori, klopka za budale“, Časopis za književnost i kulturu, br. 37, str. 15.

³¹ Prvislav Grizogono, „Anketa o našoj demokratiji“, Raskrsnica, vol. 2, br. 10, str. 30.

karakter izbora u smislu opredeljenja za značajne društvene promene koje su nosioci izbornih lista promovisali. Svest, koja je značajno pobuđivala ovu visoku „participaciju“ u manjoj meri je bila građanska, a u većoj meri inspirisana „velikim“ nacionalnim i državnim pitanjima.

Neophodno je da građani participiraju u svim, pa i u velikim političkim pitanjima, kao što su evropski put Srbije i status Kosova. Međutim, ova agenda, ne bi trebalo da „izmesti“ građaninabirača iz njegove prirodne pozicije u društvu, i tzv. „životnih“ pitanja, kao što su njegov identitet, profesionalna karijera, mikro i mezo grupe njegove egzistencije. Ovo može značajno doprineti tzv. racionalnom izboru, koji je značajna tema političke filozofije. U Srbiji, velike teme „gaze“ preko malih tema običnog života. Na parlamentarnim izborima 2008. srpski birači su se podelili na tzv. suvereniste i evrointegriste. Ova diferencijacija, postala je glavno pitanje izbornog opredeljenja.³³ Istini za volju, na poslednjim parlamentarnim i predsedničkim izborima, ova podela je bila u senci tzv. „realnih“ tema, ali su i ove bile iskazane u nekim opštim, programski nedefinisanim pričama o borbi protiv siromaštva, korupcije i sl. Jedna grupa „globalnih“ tema, zamenjena je drugom, koja je adresirana na novi „binarni“ sistem: „dobitnici tranzicije-gubitnici tranzicije“ tj. reforme koja će ujednačiti postojeći korpus socijalne „nepravde“, kroz reviziju privatizacija i sl.

U tvrdnji Dragoljuba Jovanovića da demokratiju mogu nositi samo socijalno svesni ljudi,³⁴ implicitno se sadrži teza o potrebi znanja i odgovornosti, tj. političkog obrazovanja prema odgovornom odlučivanju. Pred parlamentarne izbore 2007. CeSID je u jednom istraživanju pokušao da proveriti tezu da li loše vreme može značajno da utiče na odluku građana da li će izaći na izbore. Čak 19% ispitanika odgovorilo je potvrdno.³⁵ Svest o povezanosti uzroka i posledica, proizvod je sistemskog i planskog obrazovanja i stvaranja obrazaca svesti koji podstiču pluralizam, slobodno mišljenje, socijalnu empatiju i odgovornost. Zapažanje da je opšte pravo izbora, pravo za koje se veoma dugo borilo i za koje se mnogo života položilo³⁶ upućuje na odgovornost za odgovornu upotrebu biračkog prava.

Zaključimo da pravo i odgovornost, kao „uparena“ konstrukcija, upućuje na odgovornu upotrebu biračkog prava. Kako navodi Janoski (Thomas Janoski), prava i obaveze (odgovornosti) blisko su povezane. Egzistencija prava je predviđena istovremenim postojanjem obaveza (Uz napomenu, da obaveze nisu uvek direktno povezane sa pravima u „jedan na jedan“ ugovornom maniru. Umesto toga, ona su često povezana u širi sistem prava i odgovornosti koji podrazumeva širok zbir labavo sparenih generalizovanih razmena).³⁷ Dalje, govoreći o korpusu prava i odgovornosti Janoski insistira na poziciji „odgovornog patriotizma“ koji odbacuje „poslušnost državi“, a prihvata odanost „državi sa konstitucionalnim procedurama građanske participacije, političkog neslaganja i multikulturalizma.“³⁸

³² Vladimir Goati, Izbori u Srbiji od 1990-1998, CeSID, Beograd, 2001, str. 24.

³³ Milan Jovanović, „Srpski birači između suverenista i evrointegrista“ u Srećko Mihailović (ur.), Oko izbora, CeSID, Beograd, 2008, str 83.

³⁴ Dragoljub Jovanović, Socijalna organizacija demokrtije, op.cit., str. 4.

³⁵ Miloš Hrnjaz, Izborna participacija i apstinencija, op.cit., str. 62.

³⁶ Ibidem, str.58.

³⁷ Zoran Avramović, „Kultura i obrazovanje – pozitivni socijalni kapital Srbije“ u Milan Tripković (ur.), Socijalni kapital i društvena integracija, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2006, str. 209.

³⁸ Ibidem, str.73, 74.

GRAĐANSKO (POLITIČKO) OBRAZOVANJE: USPOSTAVLJANJE DEMOKRATSKIH OBRAZACA MIŠLJENJA

„Obrazovanje podrazumeva formiranje trajnih vrednosnih orijentacija na širokoj osnovi znanja i uverenost čoveka u svoje snage, a sve se to ispoljava kroz ovladavanje kompetencijama neophodnim za život u građanskom društvu.“³⁹

Pojam *vaspitanje* koncentriše se oko ideje planskog uticaja na svest i osećanja mladog ljudskog bića. Vaspitni postupak omogućava stvaranje i razvijanje određenih intelektualnih, moralnih, socijalnih i emocionalnih osobina.⁴⁰ Ideja obrazovanja mladih za demokratsko društvo, ponekad priziva u um sliku tzv. negativnih utopija, tj. odbojnost prema planskom političkom obrazovanju. Ova slika je posledica negativnih istorijskih iskustava zemalja tzv. „realnog socijalizma“, kao i nedostatka razumevanja sadržaja nastavnog plana građanskog vaspitanja. Demokratsko obrazovanje, nije „propaganda patriotizma“ u učionici, već nastojanje da se učenici oslobode „dogmatskog“ unificiranog mišljenja. Jedan od osnovnih principa demokratskog obrazovanja u učionici glasi da ne „postoji pogrešno mišljenje“ (osim onog koje lično vređa druge učesnike), kao i pravo učenika da se „isključi iz razgovora o temi“. Učenici se tako obrazuju i vaspitavaju u duhu dobrovoljne, slobodne participacije u društvu. Jer, kada govorimo o apstinenciji, ne smemo smetnuti s uma, da je demokratija društveni poredak koji daje za pravo građanima da sebe isključe iz participacije.

ISTORIJSKI OKVIR

Rane koncepcije građanstva, razvijene kod Platona i Aristotela položile su temelje za tzv. republikanski model, sa naglaskom na dužnosti, građanskim vrlinama i participaciji. U Atini, od građana se očekivalo da učestvuju u državnim poslovima, a u Sparti, vrli (muški) građani su obučavani u duhu posvećenosti i žrtvovanja za državu. Mnogo godina kasnije, ideja lojalnosti i participacije, revitalizuje se u spisima Rusoa o građanskim slobodama i ulozi građanske dužnosti u očuvanju republike. Republika može postojati samo kroz podršku građana. Ako građani nisu uključeni, onda oni podređuju svoju slobodu arbitrarnoj volji drugih. Osamnaesti vek rađa liberalni model, koji se razlikuje od građansko-republikanskih ideja. Ukorenjen u delu Džona Loka o prirodnim pravima, liberalna teorija zastupa prava građana da slede sopstveni interes i tako napušta ideju građanske dužnosti prema državi. Još važnije, liberalna ideja predviđa samo „slabe“ forme identifikacije sa državom. Republikanska država je konstituisana od građana, liberalna država je koncipirana odvojeno „od“ građana, ispunjavajući ulogu noćnog čuvara privatne svojine. Stvaranje i jačanje tzv. nacionalnih država dalo je novu dimenziju konceptu građanskog društva, u kojoj su granice političkog jedinstva izjednačene sa granicama kulturnog jedinstva. Građani su ujedinjeni mitom o zajedničkom kulturnom nasleđu. Do danas, nacionalne države su ostale legitimni državni model, koji unutar sebe traga za načinima da očuva nacionalnu koheziju usred konstitutivne različitosti.⁴¹

Kakva je uloga obrazovanja u ovom razvoju? Moć učionice da vrši promociju poželjnog društvenog poretka, gotovo je neograničena. Od krajnje nepoželjne uloge nastavnika kao „patriotskih agenata države“ delatnih isključivo na homogenizaciji nacije, do negovanja demokratske kulture i participacije. Od davnine, građanstvo je balansiralo između lojanosti državi (kasnije naciji), povinovanju njenim zakonima, na jednoj strani i participaciji i nadzoru nad državom, na drugoj strani. Debate o ulozi obrazovanja u razvoju građanstva idu nazad do antičke Grčke, ali samo sa usponom modernog državnog obrazovanja sistem ima mogućnost da integriše identitet građanstva i nacionalnosti.

³⁹ Thomas Janoski, *Citizenship and Civil Society*, University Press, Cambridge, 1998, str. 73, 74.

⁴⁰ Zoran Avramović, *Kultura i obrazovanje – pozitivni socijalni kapital Srbije* u Milan Tripković (ur.), *Socijalni kapital i društvena integracija*, Filozofski fakultet, Novi Sad, 2006, str. 209.

⁴¹ Nelli Piatteva, *Perceptions of the Past and Education of Future Citizens in Contemporary Russia*, u Allan Reid: Judith Gill (ed.), *Globalization, the Nation State and the Citizen*, Routledge, New York, 2010, p. 129, 130.

GRAĐANSKO OBRAZOVANJE: RUSIJA I UJEDINJENO KRALJEVSTVO

Govoreći o građanskom obrazovanju u Rusiji posle perestrojke N. Pijateva (Nelli Piatteva) zapaža da su političke elite brzo uvidele da država zasnovana na vladavini zakona, kao i demokratija zasnovana na slobodnim izborima trebaju pomoć obrazovanja. Cilj je bio da se uči o pravima građana izraženim u zakonu i osigura da novi (oslobođeni) birači, daju podršku onom kandidatu koji (najverovatnije) garantuje dostojanstven život za građane, zakonitost i ustavni poredak. Drugim rečima, bilo je važno da se glasači edukuju za racionalno i odgovorno glasanje. U prvim godinama po padu Sovjetskog režima, građanska uloga i sadržaj građanskog obrazovanja je bio formiran kao opozicija Sovjetskoj prošlosti. Dakle, reorijentacija građanskog obrazovanja može se spoznati u pojmovima doprinosa rušenju Sovjetskog mentaliteta koji je stajao na putu uspešnih ekonomskih i političkih reformi.⁴²

U Ujedinjenom Kraljevstvu, građansko obrazovanje je usmereno ka razvijanju znanja, veština i pretpostavki za razvoj kapaciteta pojedinaca i grupa da razumeju i budu uključeni u savremeno demokratsko društvo.⁴³ Liberalna vlada iz 1997, naručila je od Sir Bernard Krika (Sir Bernard Rowland Crick) da predsedava komitetom koji će razjasniti značenje građanstva. Rezultat je bio dokument koji će uspostaviti temelj za uvod u Nacionalni školski plan građanskog obrazovanja, tzv. Krikov izveštaj *Crick's report*. Izveštaj sadrži odgovor na pitanje: šta se smatra delotvornim obrazovanjem za građanstvo? U odgovoru, navode se tri stvari: društvena i moralna odgovornost: uključenost u život zajednice i politička pismenost. Prvo, deca se od samog početka uče samopouzdanju, kao i društveno odgovornom ponašanju. Drugo, učenici postaju zainteresovani za život zajednice, tako što se uključuju i služe zajednici kroz različite projekte. Na kraju, učenici uče kako da budu delotvorni u javnom životu, kroz znanje i upoznavanje različitih veština.⁴⁴ Krikova šira definicija politike smatra da je znanje o Vajtholu (Whitehall) i gradskim skupštinama nedovoljno da bi se govorilo o „političkoj pismenosti“, samo je politika „svakodnevnog života“ dostojna ovog cilja. Jer politička pismenost leži u kreiranju sklonosti prema akciji, a ne u realizaciji teorijskih analiza.⁴⁵ U cilju razmatranja prvobitne teze o „odgovornoj upotrebi“ biračkog prava, zapaža se značaj političke pismenosti kao stvaranju „sklonosti“ učenika ka praktikovanju demokratskih procedura slobodnog mišljenja i delovanja, nasuprot teorijskom znanju o političkoj istoriji i „generalnim temama“ politike.

U ovom smislu, Jan Dejvis i Silvija Hogart (Ian Davies, Silvia Hogarth) predlažu alternativni pristup, tzv. „javni diskurs“ (*public discourse*). Ovaj program nastoji da uvede učenike u jezik, forme diskusije i veštine neophodne za mišljenje i razgovor o životu iz političke tačke gledišta, naglašavajući i proces (formiranja stavova) i proizvod (političko mišljenje – stav). Može se reći da je akcenat na razvijanju političkog „ponašanja“ a ne činjeničnog znanja o politici. Ovaj model razmatra se u pet diskursa:

1. Kontekstualni diskurs (*contextual discourse*). Iako nastavnik ne stavlja značajan naglasak na memorisanje ili upotrebu faktičkih informacija, on ipak ima zadatak da upozna učenike sa kontekstom, tj. pozadinom zadane teme.⁴⁶
2. Diskurs donošenja suda (*judgemental discourse*). Mnoge od aktivnosti koje preuzimaju učenici su povezane sa donošenjem odluka. Učenici treba da odluče, na primer, šta treba biti

⁴² Ibidem, p. 136..

⁴³ Ian Davies, "Searching for Citizenship" in Allan Reid: Judith Gill (ed.), *Globalization, the Nation State and the Citizen*, Routledge, New York, 2010, p. 114.

⁴⁴ Ibidem, p.114.

⁴⁵ Ian Davies, Sylvia Hogarth, "Political Literacy" in Jacke Demaine (ed.), *Citizenship and Political Education Today*, Palgrave Macmillan, New York, 2004, p. 182.

⁴⁶ Ibidem, p. 193, 194

smatrano kao privatna, a šta kao javna stvar, da li političari uvek treba da govore istinu i sl. Donošenje odluka ili donošenje suda bitna je odlika političke pismenosti. Političke odluke se na taj način izdižu iznad crno-belih glasačkih izbora i izdižu na nivo slojevitog promišljanja.

3. Opravdavajući ili obrazlažući“ diskurs (*justificatory or explanatory discourse*). Od učenika se očekuje, ne samo da donose odluke, već i da ih obrazlože. Učitelj, koristeći stil „đavoljeg advokata“ podstiče obrazlaganje mišljenja od strane učenika.⁴⁷ Od velike je važnosti da budući vlasnici biračkog prava, imaju sposobnost da objasne svoje izbore. Izvesno je da bi u tom slučaju i politička ponuda morala biti, veoma kvalitetna prema ovakvom tipu „zahtevnog“ birača.
4. Ubeđivački diskurs (*persuasive discourse*). Učenici se uključuju kao individue, kao članovi malih grupa, ili kao deo celog odeljenja u pripremi neke vrste slučaja. Pored toga što učenici donose i obrazlažu sud, više od toga nastavnici žele da učenici izgrade i argumentuju „slučaj“; npr. učenici argumentuju i razmatraju potrošnju javnih fondova.
5. Proceduralni diskurs (*procedural discourse*).⁴⁸ tj. osposobljavanje učenika da objasne i tako spoznaju način, tj. proceduru koju su primenjivali prilikom donošenja odluka. Kako smo došli do stavova? Kako smo razvijali argumente? Ovakav pedagoški pristup osposobljava učenike za proceduralno ponašanje, karakteristično za demokratski konsenzus.

GRAĐANSKO VASPITANJE U SAVREMENOJ SRBIJI

U uvodnom delu GV za šesti razred osnovne škole Čedomir Čupuć zapaža: „Vaša misija je da s učenicima otpočnete u našem društvu formiranje demokratskog obrasca mišljenja, delovanja i ponašanja. Naučićete ih da bez kritike (razumnog, razložnog i racionalnog prosuđivanja o problemu) i kontrole (posebno razvijenih kontrolnih mehanizama) svaka vlast može da postane tiranska. Što više građana aktivno učestvuje u političkom životu, biće bolje i za vlast i za sve nas.“⁴⁹

Cilj građanske edukacije u posleratnoj Evropi, bio je stvaranje odgovornih građana i razvijanje svesti o važnosti njihove participacije u donošenju odluka.⁵⁰ U današnje vreme Građansko vaspitanje široko se sprovodi u Evropi,⁵¹ pri čemu preovlađuju različiti modeli: u okviru posebnog programa (Albanija, Hrvatska, Rumunija...); kroz integrisane programe ili teme zastupljene u više nastavnih planova i programa (Finska, Švedska, Portugalija...).⁵²

Školske 2001/02 godine, Ministarstvo prosvete i sporta, Pravilnikom br. 110-00-77/02001-08, donosi odluku o uvođenju fakultativnog predmeta Građansko vaspitanje u prvi razred osnovne i prvi razred srednje škole. Školske 2002/03 godine izvršne su izmene i dopune Plana i programa (Službeni glasnik Republike Srbije br. 22/2002), čime Građansko vaspitanje menja status i postaje obavezni izborni predmet. U sadržaju predmeta Građansko vaspitanje – saznanje o sebi i drugima, između ostalog se ističe: „Upoznavanje učenika sa dečijim pravima i podsticanje i osposobljavanje učenika za aktivnu participaciju.“⁵³

⁴⁷ Ibidem, p. 194.

⁴⁸ Ibidem, p. 195.

⁴⁹ Građanske inicijative, Građansko vaspitanje za šesti razred osnovne škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd, 2006, str. 3.

⁵⁰ Olivera Gajić, Spomenka Budić, „Sadržaji nastavnog predmeta Građansko vaspitanje: interkulturalna dimenzija i multikulturalno obrazovanje“ u Milka Oljača (ur.), Modeli stručnog usavršavanja nastavnika za interkulturalno vaspitanje i obrazovanje, Filozofski fakultet, Novi sad, 2006, str. 143.

⁵¹ Suzan Fontejn, Hju Meklin, Građansko vaspitanje u osnovnim i srednjim školama u Republici Srbiji, Fond za otvoreno društvo – Srbija, Beograd, 2002, str. 19-21.

⁵² Jelena Mimić i Marija Zotović, „Karakteristike ličnosti učenika i opredeljenje za versku nastavu odnosno građansko vaspitanje“ u Mirjana Frančesko i Marija Zotović (ur.), Psihosocijalni aspekti društvene tranzicije u Srbiji, Filozofski fakultet, Novi sad, 2005, str. 150.

⁵³ Miroslava Đurišić-Bojanić, „Uvođenje predmeta Građansko vaspitanje“ u Snežana Joksimović (ur.), Verska nastava i Građansko vaspitanje u školama u Srbiji, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, 2003, str. 34.

Programom Građanskog vaspitanja za drugi razred osnovne škole obuhvataju se slični sadržaji, kao i u prvom razredu (sa većim akcentom na socijalnim odnosima i dečijim pravima). Sadržaj programa Građanskog vaspitanja za treći razred osnovne škole čine sledeće teme: različitost, stereotipi, moralno rasuđivanje. U građanskom vaspitanju za četvrti razred osnovne škole nalazimo: dečija i ljudska prava, društvena odgovornost, različitost kultura, demokratija.

Participacija, postepeno postaje neizostavna tema.⁵⁴ U petom razredu, učenici se uključuju u rešavanje problema u školi, dok u šestom razredu predmetom njihovog promišljanja postaje lokalna zajednica. Građansko vaspitanje za sedmi razred predstavlja klasične teme političke sociologije: građanska prava i slobode, svrha ograničenja vlasti. Izbor za parlament u sedmom i osmom razredu na praktičan način uvodi učenike u participaciju.

U programu Građanskog vaspitanja za prvi i drugi razred srednje škole, dalje se razrađuje pojam dečijih prava, konvencija o pravima deteta, participacija. U programu Građanskog vaspitanja za četvrti razred srednje škole, posebna pažnja se posvećuje pripremi učenika za profesionalno opredeljenje.⁵⁵

Građansko vaspitanje, ima zadatak da pripremi učenike za građane putem upoznavanja političkih, ekonomskih i socijalnih institucija. Tu funkciju ono ostvaruje ne samo sadržajem, već i načinom izvođenja nastave. Pojedina istraživanja pokazuju da se i roditelji i učenici slažu da im se kod Građanskog vaspitanja najviše sviđa način rada, koji ohrabruje učešće svakog pojedinca, neguje otvorenu komunikaciju i atmosferu podrške.⁵⁶

GRAĐANSKO OBRAZOVANJE: ŠIRI KONTEKST

Kako navodi Mirjana Vasović, „Pojam političke socijalizacije u savremenom značenju, pak, daleko je širi: on obuhvata kako svesno, ciljno i usmereno prenošenje političkih orijentacija i obrazaca ponašanja, tako i sve druge oblike političkog učenja, drugačije načine oblikovanja političkog Ja pojedinca.“⁵⁷

Od građanskog obrazovanja, u učionici, do izborne odluke pojedinca „u igri“ su mnogi formalni i neformalni, svesni i nesvesni, politički i nepolitički faktori koji mogu uticati na izorno opredeljenje. Jer ono što je naučeno u detinjstvu ne ostaje nepromenjeno tokom života, niti svi sadržaji ranog učenja ostvaruju značajan uticaj na kasniji politički život pojedinca. Između građanskog vaspitanja u učionici i političke odluke postoje mnogi činioci koji oblikuju izorno opredeljenje. Akteri koji su značajni za ovo razmatranje su tzv. nevladine organizacije (NVO), zatim obrazovanje koje vrše sami politički akteri – političke partije, u formi tzv. „akcionog treninga“ prema spolja i unutra, i na kraju sindikati, kroz funkciju obrazovanja sindikalnog članstva.

Žarko Paunović zapaža: „Pored nove uloge i prakse koja se pridaje NVO u savremenom društvu i društvena teorija nastoji da kroz istraživanja i analize pokaže kakav značaj nevladine, neprofitne organizacije imaju za razvoj demokratske političke kulture i demokratskih političkih procesa.“⁵⁸

⁵⁴ Građanske inicijative, Građansko vaspitanje za peti razred osnovne škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd, 2008, str. 8.

⁵⁵ Nada Korać, Građansko vaspitanje za četvrti razred srednje škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd, 2006, str. 57-99.

⁵⁶ Vidi, Snežana Stojiljković, „Realizacija građanskog vaspitanja u osnovnoj i srednjoj školi“ u Snežana Joksimović (ur.), Verska nastava i Građansko vaspitanje u školama u Srbiji, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, 2003, str. 130-131.

⁵⁷ Mirjana Vasović, U predvorju politike, JP „Službeni glasnik“, Beograd, 2007, str. 30.

⁵⁸ Žarko Paunović, Nvladine organizacije, Institut za političke studije, Beograd, 1995, str. 21.

⁵⁹ Zoran Stojiljković, „Društvena uloga i razvoj sindikata“ u Darko Marinković (ur.), Sindikat i društvo u tranziciji, Institut za političke studije, Beograd, 1995, str. 23.

U postkomunizmu gde je bavljenje politikom od strane građana „anatemisano“ i najčešće tumačeno isključivo kao borba za vlast, rezervisana za povlašćene, pripadnike tzv. političke klase, od bitnog je značaja vaspitavanje građana za participaciju kroz nevladine organizacije i različite oblike tzv. organizacija civilnog društva. Značajnije učešće građana u nevladinom sektoru, u znatnoj meri bi doprinelo izbornoj participaciji i promišljenoj, odgovornoj upotrebi biračkog prava građana „za“, tj. glasanja prema racionalnom interesu konkretne građanske inicijative.

Participacija građana kroz povećanje stope sindikalizovanosti i kroz demokratski akcioni trening unutar sindikalnog članstva, u funkciji je preuzimanja odgovornosti za budućnost društva i to direktno kroz racionalno glasanje u interesu vlastite profesionalne grupe, a ne kroz interes političke „dogme“, predstavljene na izborima. Kako navodi Z. Stojiljković: „...sa stanovišta realnih dometa i efekata ostvarivanja društvene uloge sindikata nezaobilazna jeste funkcija informisanja i obrazovanja članstva...“⁵⁹

Navedimo još i političke partije u funkciji odgovornog ponašanja biračkog tela. Radomir Lukić ističe da širenjem svoje ideologije stranke postaju osnovni nosioci političkog vaspitanja građana i da bi bez njih građanin ostao manje više nepolitičko biće. Političke partije na domaćoj sceni najčešće koriste obrazac „indoktrinacije“ u komunikaciji sa biračkim telom (pa i sa širim članstvom), umesto da budu okrenute rešavanju realnih problema građana u atmosferi kritičke i otvorene komunikacije. Odgovorno ponašanje ovih političkih aktera moglo bi „u korenu saseći“ manihejska i apokaliptička tumačenja kandidovanih izbornih opcija, „relaksirati“ biračko opredeljenje i usmeriti građane ka racionalnoj upotrebi biračkog prava.

ZAKLJUČAK

Građansko vaspitanje – obrazovanje za demokratsko društvo u funkciji je usvajanja sadržaja demokratske političke kulture. Sadržaj nastavnog plana i programa, kao i metod nastave kroz različite oblike praktične participacije učenika u zajednici, bitna je pretpostavka za uspostavljanje tzv. obrazaca demokratskog mišljenja, kao što su: sloboda i izražavanje mišljenja, odgovorno donošenje odluka, sticanje praktičnih veština za preuzimanje aktivne i odgovorne uloge u društvu. Pored formalnog oblika građanskog vaspitanja u vidu školskog predmeta Građansko vaspitanje, važnu ulogu u obrazovanju građana za demokratsko mišljenje i odlučivanje igraju i sami politički akteri. Političke partije, tradicionalno tumačene kroz ulogu sticanja političke, društvene i ekonomske moći, trebaju novu, dodatnu funkciju – funkciju škole za građansko obrazovanje. Stranke su nosioci političkog vaspitanja građana. Velika moć, kao i stalno intenzivno prisustvo partija u životu građana nalaže preuzimanje odgovornosti za demokratsko obrazovanje u okviru same organizacione strukture partije, kao i na javnoj sceni. Pored političkih partija, sindikati i nevladine organizacije, zajedno sa građanima snose zajedničku odgovornost za svrsishodnu „kvalitetnu“ upotrebu biračkog prava građana. Demokratija otpočinje kao svesna i odgovorna upotreba biračkog prava. Vaspitanje usmereno na pluralizam, alternative, slobodu i kreativnost može doprineti oslobađanju od „za-protiv“ izbornih obrazaca, koji su bitno obeležavali naše izborne cikluse poslednje dve decenije, i stvoriti pretpostavke za odgovornijeg, zahtevnog birača, a time i kvalitetniju ponudu na političkom tržištu ideja.

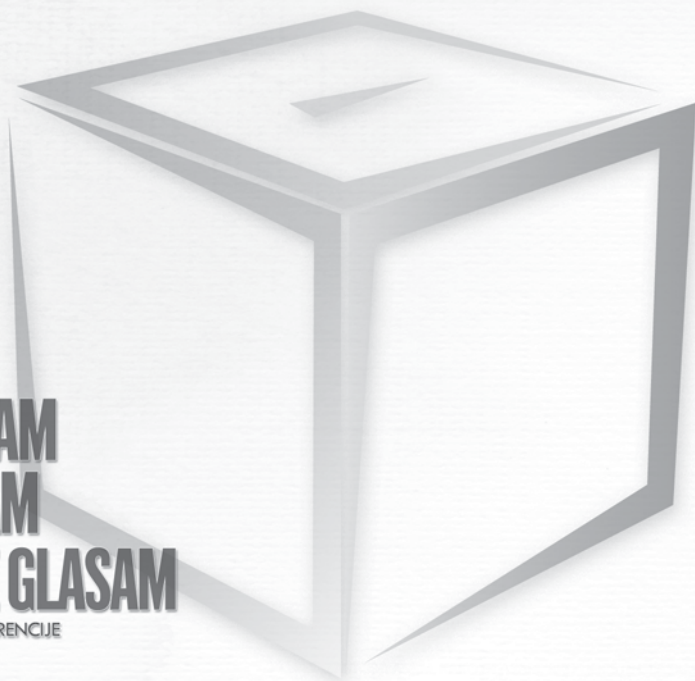
LITERATURA

- Avramović, Zoran** (2006) Kultura i obrazovanje – pozitivni socijalni kapital Srbije u Milan Tripković (ur.), Socijalni kapital i društvena integracija, Filozofski fakultet, Novi Sad.
- Davies Ian, Hogarth Sylvia**, (2004), Political Literacy in Jacke Demaine (ed.), Citizenship and Political Education Today, Palgrave Macmillan, New York, p. 189-199.
- Davies, Ian** (2010) Searching for Citizenship in Allan Reid: Judith Gill (ed.), Globalization, the Nation State and the Citizen, Routledge, New York, p. 114-127.
- Đurišić Bojanić, Miroslava** (2003) Uvođenje predmeta Građansko vaspitanje u Snežana Joksimović (ur.), Verska nastava i Građansko vaspitanje u školama u Srbiji, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, str. 28-44.
- Fontejn, Suzan i Meklin, Hju** (2002) Građansko vaspitanje u osnovnim i srednjim školama u Republici Srbiji, Fond za otvoreno društvo, Srbija, Beograd.
- Gajić, Olivera i Budić, Spomenka** (2006) Sadržaji nastavnog predmeta Građansko vaspitanje: interkulturalna dimenzija i multikulturalno obrazovanje u Milka Oljača (ur.), Modeli stručnog usavršavanja nastavnika za interkulturalno vaspitanje i obrazovanje, Filozofski fakultet, Novi Sad, str. 141-157.
- Goati, Vladimir** (2001) Izbori u Srbiji od 1990-1998, CeSID, Beograd.
- Grizogono, Prvislav**, Anketa o našoj demokratiji, Raskrsnica, vol.2, br.10.
- Građanske inicijative** (2008) Građansko vaspitanje za peti razred osnovne škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd.
- Građanske inicijative** (2006) Građansko vaspitanje za šesti razred osnovne škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd.
- Hrnjaz, Miloš** (2008) Izborna participacija i apstinencija u Srećko Mihailović (ur.), Predsednički izbori 2008: okolnosti i rezultat, Službeni glasnik: CeSID, Beograd, str. 57-72.
- Janoski, Thomas** (1998) Citizenship and Civil Society, University Press, Cambridge.
- Jovanović, Bojan** (2008) Prkos i inat, Zavod za udžbenike, Beograd.
- Jovanović, Dragoljub**, Socijalna organizacija demokratije, Raskrsnica, vol. 2, br. 8.
- Jovanović, Milan** (2008) Srpski birači između suverenista i evrointegrata u Srećko Mihailović (ur.), Oko izbora, CeSID, Beograd, str. 59-91.
- Korać, Nada** (2006) Građansko vaspitanje za četvrti razred srednje škole, Ministarstvo prosvete i sporta, Beograd.
- Krajevski, Volodar Viktorovič**, Nauka o obrazovanju: metodološki problemi savremene pedagogije, Pedagogija, br.4.
- Mimić, Jelena i Zotović, Marija** (2005) Karakteristike ličnosti učenika i opredeljenje za versku nastavu odnosno građansko vaspitanje u Mirjana Frančesko i Marija Zotović (ur.), Psihosocijalni aspekti društvene tranzicije u Srbiji, Filozofski fakultet, Novi sad, str. 148-163.
- Paunović Žarko, Nevladine organizacije, Institut za političke studije, Beograd, (1995).
- Piatteva, Nelli** (2010) Perceptions of the Past and Education of Future Citizens in Contemporary Russia, u Allan Reid: Judith Gill (ed.), Globalization, the Nation State and the Citizen, Routledge, New York, p. 128-142.
- Sartr, Žan Pol** Izbori, klopka za budale, Časopis za književnost i kulturu, br. 37.
- Stojiljković, Snežana** (2003) Realizacija građanskog vaspitanja u osnovnoj i srednjoj školi u Snežana Joksimović (ur.), Verska nastava i Građansko vaspitanje u školama u Srbiji, Institut za pedagoška istraživanja, Beograd, str. 125-141.
- Stojiljković, Zoran** (1995) Društvena uloga i razvoj sindikata u Darko Marinković (ur.), Sindikat i društvo u tranziciji, Institut za političke studije, Beograd.
- Vasović Mirjana** (2007) U predvorju politike, JP Službeni glasnik, Beograd

JAVNE POLITIKE U IZBORNOJ PONUDI

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNIK RADOVA SA KONFERENCIJE



VLADIMIR VULETIĆ

UNIVERZITET U BEOGRADU - FILOZOFSKI FAKULTET

DRAGAN STANOJEVIĆ

UNIVERZITET U BEOGRADU - FILOZOFSKI FAKULTET

IDEOLOŠKI PROFIL SRPSKIH POLITIČKIH STRANAKA (KOJE UČESTVUJU NA PARLAMENTARNIM IZBORIMA 2012)

Uporedo s urušavanjem socijalističkih režima u Evropi krajem prošlog veka došlo je do obnavljanja višepartijskih sistema u bivšim socijalističkim zemljama. S jedne strane, od višepartizma se očekivalo da omogući sučeljavanje političkih programa i ideoloških vizija različitih društvenih aktera, a s druge strane, nestanak socijalističkih režima predstavljao je osnov za tezu o kraju (ideološke) istorije (Fukujama 1992).

Ova dva međusobno suprotstavljena očekivanja, proizašla iz istog liberalno demokratskog pogleda na svet, ogledaju se i u istraživanjima partijskih ideologija. U domaćoj literaturi možemo, na primer, uočiti razliku između, s jedne strane, shvatanja prema kome je došlo do „izvesne deideologizacije stranaka“ (Orlović, 2007) što upućuje ne samo na opadanje značaja ideologije, već i na njihovo međusobno približavanje i, s druge strane, gledišta koja ističu ideološke razlike i rascepe u političkom polju (Antonić, 2007; Vukomanović, 2007; Mihajlović, 2007).

Prema prvom shvatanju borba za vlast čini osnovni smisao stranačkog bavljenja politikom tako da stranke u pridobijanju birača manje vode računa o ideologiji i programskim načelima, a više o slici koju će građani steći o njima. Slika se stvara prevenstveno izbornom propagandom u kojoj glavnu ulogu imaju ličnosti lidera i spremnost da se izade u susret željama većine birača bez obzira koliko su one realne (Orlović, 2007).

Prema drugom shvatanju postoje različite (i brojne) linije rascepa koje političko polje razlažu na ideološke deonice čija vrednost raste ili opada u zavisnosti od volje birača, odnosno izbornih rezultata. Počev od čuvene podele na levicu i desnicu čije se značenje menjalo tokom vremena u opticaju su različite – jedno/više-dimenzionalne, projekcije političkog prostora. Zajedničko im je da unapred definišu liniju/e podele, a zatim stranke nižu i raspoređuju u tako definisanom prostoru.

Mada privlačan, jer navodno uvodi red u naizgled konfuznu stvarnost i time stvara preduslove za dalja istraživanja, ovaj pristup ima niz problema. Najvažniji je taj što ne vodi računa o tome da ideologije nisu kristalizovani skupovi ideja već istorijski promenljive misaone konstrukcije sačinjene od elemenata koji mogu stajati u različitom odnosu.

Podela na konzervativizam, liberalizam i socijalizam nastala u XIX veku, danas teško da može predstavljati pouzdan teorijski temelj za razvrstavanje političkih stranaka u bilo kojoj zemlji uključujući Srbiju. Pregled razvoja ideologija pokazuje na koji način su ove ideologije mutirale, a ideje koje su činile njihov osnov ukrštane na različite načine stvarajući nove ideologije koje je teško imenovati pa im se često dodaje prefiks „neo“ koji samo delimično određuje njihov ideološki karakter.⁶⁰ (Hejvud, 2005; Volerstin, 2005).

⁶⁰ Tako, na primer, postoji ozbiljna dilema da li savremenom „neoliberalizmu“ više pristaje naziv „neokonzervativizam“ (Volerstin, 2000). Robinson govori o pojavi „novog fašizma“ koji ima malo zajedničkog sa fašizmom iz prve polovine XX veka (Robinson, 2012).

Ove šture napomene su neophodne radi opravdanja pristupa koji ovde želimo da afirmišemo. Radi se, naime, o tome da u ovom tekstu ideologiju shvatamo kao manje ili više zaokružen skup ideja koje predstavljaju osnov za političko takmičenje.⁶¹ Na tragu Kastelsovih metodoloških napomena razvijenih za potrebe analize društvenih pokreta (Kastels, 1997), ovde ćemo analizu stranačkih ideoloških profila bazirati na onome što stranke same o sebi kažu u praktičnom sučeljavanju sa drugima, a ne na unapred definisanim, odnosno iz različitih teorija dedukovanim, linijama podele za koje se zatim traži empirijsko uporište u programima stranaka.⁶²

To zapravo znači da će osnovni sadržaj teksta predstavljati interpretacija stranačkih izbornih platformi, slogana i javnih (prvenstveno medijskih) nastupa stranačkih prvaka⁶³ s ciljem da se utvrdi da li među stankama postoji više sličnosti ili više razlika. Naime, u javnosti se stvara utisak da nema bitnih razlika između političkih stranaka u Srbiji (Bakić, 2012, Vukadinović, 2012), što, s jedne strane, podstiče izbornu apstinenciju i opravdava zalaganje za *bele listiće*, a s druge strane, stavlja znak jednakosti između stranaka koje se zalažu za različite ciljeve i štite interese različitih društvenih grupa.

Da bi se uveo red u izlaganje nalazi će biti prezentovani vodeći računa o četiri osnovne dimenzije svake ideologije:

- predstavu o postojećem društvu, odnosno osnovne probleme s kojima se ono suočava;
- viziju poželjnog društva, odnosno ciljeve ka kojima bi trebalo da teži;
- mehanizme ostvarenja cilja, odnosno mere, sredstva i aktivnosti kojima se postavljeni ciljevi mogu dostići;
- neprijatelje i prepreke koje se prepoznaju na putu dostizanja cilja.

Na kraju ovog uvoda treba istaći da je analizom obuhvaćeno osam političkih stranaka (i izbornih lista) za koje se, na osnovu istraživanja javnog mnjenja, moglo očekivati da će osvojiti najviše glasova: SNS (koalicija Pokrenimo Srbiju), DS (koalicija za bolji život), SPS (koalicija SPS-PUPS-Jedinstvena Srbija), DSS, LDP (koalicija Preokret), G17 (koalicija Ujedinjeni regioni Srbije), SRS i pokret Dveri.⁶⁴

SRPSKA NAPREDNA STRANKA – SNS (POKRENIMO SRBIJU)

Srpska napredna stranka ima najveću podršku birača u Srbiji.⁶⁵ Za nju je prema podacima CeSID-a glasalo 24% građana koji su izašli na izbore. Ova stranka ima dva ključna politička protivnika. S jedne strane to je DS jer predstavlja glavnog konkurenta za primat u političkom životu Srbije i, sa druge strane, SRS koja naprednjake optužuje za izdaju i krađu njihovih poslaničkih mandata.

Kao ključne opšte probleme naprednjaci u sferi ekonomije ističu: veliku nezaposlenost, „teško siromaštvo“, visok nivo državnog duga prema inostranim poveriocima i korupciju. U sferi politike

⁶¹ O različitim shvatanjima ideologija videti više u Hejvud, 2005.

⁶² Čini se potpuno nepotrebnim pozivanje na neku tipologiju razvijenu, na primer, za analizu prilika u zapadnoj Evropi koja se koristi za klasifikaciju domaćih stranaka (Vukomanović). Čak i klasifikacije koje pokušavaju da budu po svom karakteru formalne i univerzalne posebno su nepotrebne i besmislene, jer poput Diveržeove na koju se poziva Antičić, ništa ne govore o sadržaju ideologije već samo o stavu stranke prema postojećem režimu, što onda dovodi do krajnje problematičnih zaključaka o pozicioniranosti na skali levo-desno gde bi, na primer, kao kranje leve mogli da označimo LDP i SRS (Antičić, 2007).

⁶³ U analizi su korišteni podaci iz sledećih publikacija: „Bela knjiga“ SNS; „Program za bolji život“ DS; „Zašto Srbija a ne EU“ (DSS), transkripti sledećih TV emisija: Reč na reč (RTS), Između dve vatre (B92), kao i propagandni materijali televizija sa nacionalnom pokrivenošću: RTS, TV Pink, Prva, B92. Takođe, kao izvor su korišćeni i brojni članci i intervjui dnevnih i nedeljnih novina u kojima stranke predstavljaju ciljeve i program. Ovde se nismo fokusirali na analizu stranačkih programa iz najmanje dva razloga. Prvo, takva analiza već postoji (Vukomanović, 2007). Drugo, stranke često bitno odstupaju od svojih programskih opredeljenja.

⁶⁴ Kao što se može zapaziti samo dve stranke su samostalno izašle na izbore (DSS i SRS) dok ostalih šest lista predstavljaju koalicije grupa i pojedinaca. S obzirom da te grupe i pojedinci predstavljaju neretko šarolike ideje, u analizi su korišćeni materijali koji su proizvod ključnih stanaka navedenih blokova.

⁶⁵ Oko ove partije u koaliciji „Pokrenimo Srbiju“ okupljena je grupa od još jedanaest manjih partija, među kojima se po značaju izdvajaju Nova Srbija Velimira Ilića i, u izvesnom smislu, pokret Snaga Srbije Bogoljuba Karića.

kao specifične probleme izdvajaju nepostojanje pravne države, odnosno dominaciju (jedno) partijske države, što za posledicu ima raširenu korupciju. U socijalnoj sferi kao posebno težak apostrofiraju materijalni položaj seljaštva i ljudi koji žive na selu, kao i visoku stopu nezaposlenosti među mladima. No u većini slučajeva govore o teškom životu celine naroda naspram koga stoji veoma uzak krug pojedinaca okupljen oko vrha njihovog glavnog političkog neprijatelja (Demokratske stranke). Pored toga, kao najvažnije društvene probleme ističu depopulizaciju i kriminal.

Ova stranka u oblasti politike kao osnovni cilj ističe uspostavljanje jakih državnih institucija koje će obezbediti društvenu pravdu (koja se ne definiše bliže). U oblasti ekonomije stranka se zalaže za punu zaposlenost koja se dovodi u vezu sa reindustrijalizacijom (umesto sadašnjeg naglaska na usluge). Ta vizija podrazumeva privlačenje stranih investicija, pokretanje dva ogromna infrastrukturna projekta, razvoj turizma – posebno u Beogradu (od čega bi umesto sadašnjih 300 miliona dolara u zemlju trebalo da se sliva 2,5 milijardi dolara godišnje što je povećanje veće od osam puta).

Pored toga, kao najvažnije nacionalne interese ova stranka vidi povratak selu, odnosno „vraćanje života na selo“. To podrazumeva podsticanje nataliteta i brigu o porodici. A kao posebno važan nacionalni interes naglašava se briga o Srbima u regionu.

U pogledu spoljne politike SNS se zalaže za otvorenost Srbije prema EU, zemljama BRIC-a, posebno Rusiji, ali i za saradnju sa SAD. Ako se ima u vidu ranije često isticano zalaganje za obnavljanje odnosa sa „nesvrstanim“ lista obuhvata čitav svet, što u osnovi znači da ne postoji određena jasno izražena vizija poželjnih partnera.

Kada je reč o mehanizmima i metodama postizanja navedenih ciljeva najviše se insistira na preispitivanju pojedinih slučajeva iz dosadašnjeg toka privatizacije i kažnjavanje odgovornih. Drugim rečima, ne dovodi se u pitanje čitav proces privatizacije već samo pojedini slučajevi čijim rasvetljavanjem bi se borba protiv kriminala i korupcije u prošlosti završila.

U sferi privrede ključnu strategiju predstavlja stvaranje uslova za pogodan privredni ambijent. To podrazumeva: smanjenje administracije i njen efikasniji rad; osnivanje kancelarije za brze odgovore koja bi po hitnom postupku rešavala zahteve investitora; poreska reforma koja bi bila usmerena u pravcu smanjenja poreza uz istovremeno proširenje poreske baze na šire društvene slojeve, uz efikasniju naplatu poreza; usvajanje novog zakona o javnim nabavkama koji bi sprečio korupciju u privredi itd.

U pogledu oživljavanja poljoprivrede predlaže se osnivanje agrarne razvojne banke koja bi podstakla poljoprivrednu proizvodnju. Kada je reč o oživljavanju ostalih privrednih, posebno industrijskih, aktivnosti predlaže se smanjenje obaveznog depozita za banke što bi doprinelo plasmanu jeftinijih kredita.

Kao najvažniju i, zapravo, jedinu prepreku u ostvarenju tih ciljeva naprednjaci vide Demokratsku stranku. Po njihovom mišljenju loš rad vlade kojom je rukovala ova stranka predstavlja osnovnu smetnju razvoja Srbije u navednom pravcu. Zbog toga su personalne promene koje ishode u promeni stranke na vlasti najvažniji uslov za pokretanje društvenog razvoja.

Na osnovu do sada rečenog jasno je da najjača opoziciona stranka ne dovodi u pitanje postojeće društvene odnose niti uspostavljenju strukturu moći. Na izvestan način moglo bi se reći da poreskim merama teži da dodatno ojača poziciju domaćeg krupnog kapitala (na štetu srednjih slojeva).

DEMOKRATSKA STRANKA – DS (KOALICIJA ZA BOLJI ŽIVOT)

Demokratska stranka je vodeća stranka koalicije koja je formirala vladu u periodu nakon izbora 2008. godine. Prema podacima CeSID-a ona je osvojila više od petine glasova izašlih birača (22,3%), a zajedno sa glasovima ostalih stranaka koje su činile prethodnu vladu dobila je mogućnost da nastavi započeti posao u naredne četiri godine.

Razumljivo je otuda da u pogledu na postojeće stanje prvenstveno navodi ono što je urađeno. U tom pogledu ističe se da je zemlja u globalno teškim vremenima ostala politički i makroekonomski stabilna. Pokrenuti su procesi privlačenja značajnih stranih investicija, redovno su isplaćivane državne obaveze, uključujući plate državnih službenika, socijalna davanja i penzije, dobijene su značajne bitke u borbi s organizovanim kriminalom, obezbeđen je status kandidata za prijem u EU itd. S druge strane, kao osnovni problemi ističu se: siromaštvo, nezaposlenost, opadanje životnog standarda kao i dalje prisutan problem kriminala i korupcije.

U viziji poželjnog društva koju projektuje DS dominira Srbija kao moderna zemlja, članica EU koja je okrenuta ka budućnosti, a ne prošlosti. Pored toga, osnovni politički cilj je razvijanje dobrosusedskih odnosa u regionu i „pravedno rešavanje” problema Kosova i Metohije.

Intervencije u socijalnu strukturu odnose se na iskorenjivanje siromaštva i ravnomerno povećanje društvenog standarda celokupnog stanovništva, odnosno srednjih društvenih slojeva. Kao poseban cilj postavlja se proširivanje udela visokoobrazovanog stanovništva i povećanje ukupnog obrazovnog nivoa u zemlji.

U ekonomskom pogledu DS kao najvažniji cilj postavlja privlačenje stranih investicija, posebno u oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija, energetike i automobilske industrije.

Kada je o sredstvima za ostvarenje ovih ciljeva reč ne naglašava se ništa posebno novo, već se insistira na korigovanju i poboljšanju ranije usvojenih mera koje se odnose na: reformu pravosudnog sistema; poboljšanja u oblasti socijalne politike; nastavak većeg ulaganja u nauku, investicije u poljoprivrednu infrastrukturu (navodnjavanje) i podsticaj pojedinim granama kao što je stočarstvo, itd.

Sredstva neophodna za ove ciljeve obezbediće se umerenim zaduživanjem, novim investicijama, formiranjem razvojne banke, uštedama u budžetu do kojih će doći smanjenjem nepotrebne potrošnje, a ne dovođenjem u pitanje postavljenih ciljeva.

Sve u svemu, iz predloženih načela jasno je da DS namerava da zadrži postojeće politike uz naglašavanje elemenata koji bi trebalo da poboljšaju položaj najugroženijih društvenih slojeva. Redistributivna uloga države u tom pogledu kao i razvojni ciljevi bazirani na ulaganju u ekonomiju znanja svedoče o relativno stabilnom socijaldemokratskom kursu ove stranke.

Kao osnovne prepreke postizanju navedenih ciljeva DS vidi globalnu ekonomsku krizu, a na unutrašnjem planu politički tradicionalizam i populizam.

SPS (SPS – PUPS – JEDINSTVENA SRBIJA)

Socijalistička partija Srbije i njen dugogodišnji lider Slobodan Milošević smatraju se odgovornim za sveukupno posrnuće Srbije tokom poslednje decenije prošlog veka. Usled takvih kritika partija je početkom milenijuma bila na rubu da izgubi mesta u parlamentu. Međutim, tokom poslednjih godina među kojima je posebno važan period učešća u koalicionoj vladi sa DS (2008-2012), ova stranka se „suočila sa prošlošću”, pa je na poslednjim izborima rehabilitovana u očima javnosti i sa podrškom od 14,7% je postala treća po snazi parlamentarna grupa.

U pogledu na postojeće stanje ova stranka, slično DS-u ističe uspehe koji su postignuti na planu borbe protiv organizovanog kriminala, ali se posebno fokusira na nedovoljan kapacitet države da se suoči sa raznim problemima od kojih je najvažniji nizak nivo socijalne pravde.

Upravo društvo zasnovano na principima socijalne pravde čini ideal društva za kakvo se ova stranka zalaže. To je konkretizovano kroz zalaganje za socijalnu sigurnost za „malog čoveka“ koje se ogleda u obaveznom i besplatnom zdravstvenom osiguranju za sve, redovnoj isplati penzija i povećanju zarada kojima bi se zaštitio minimum životnog standarda zaposlenih. U tom smislu, nedvosmileno se ističe da bi cilj privrednih aktivnosti trebalo da bude društveno blagostanje, a ne profit koji se sliva u ruke pojedinaca. Drugi prioritet za ovu stranku predstavlja društvena stabilnost koja se ogleda i u ključnim porukama predizborne kampanje – rad, red i disciplina.

Način da se postignu navedeni ciljevi vidi se prvenstveno u oslanjanju na sopstvene snage. Smanjenje tehnološke zaostalosti, reindustrijalizacija, državno subvencionisanje domaće privrede, ispravljanje posledica loših privatizacija, i razvijanje zadugarstva u poljoprivredi predstavljaju osnovne mere kojima bi se mogao podstaći ekonomski razvoj. Ova stranka se zalaže za društvenu preraspodelu koja bi se ogledala u povećanju plata i penzija uz istovremeni pritisak na „tadjkune“ da izvršavaju svoje finansijske obaveze prema državi.

U ekonomskom pogledu ova stranka se, dakle, zalaže za veći stepen državnog intervencionizma, dok tržište podržava samo u meri u kojoj je u „službi naroda“. U političkom pogledu prisutno je zalaganje za viši stepen demokratije u društvu, ravnomerniji regionalni razvoj, evropske integracije i oštro protivljenje priznanju kosovske nezavisnosti.

Kao osnovnu prepreku za realizaciju principa socijalne pravde socijalisti vide finansijski sektor koji je prvenstveno usmeren ka sticanju profita, a ne ka podsticanju privrede.

Treba na kraju reći da se u odnosu na druge stranke SPS izdvaja po tome što sebe legitimiše kao stranku autentičnu levice koja se zalaže za interese nižih društvenih slojeva prvenstveno radnika. Međutim, ono što ih odvaja od savremene evropske levice jeste relativna zatvorenost prema svetu. Drugim rečima, u nastupima ove stranke teško je prepoznati internacionalizam svojstven levici.

DEMOKRATSKA STRANKA SRBIJE (DSS)

Demokratska stranka Srbije je jedina partija koja je samostalno izašla na parlamentarne izbore i uspela da pređe cenzus (osvojeno 6,8% glasova, CeSID). S obzirom da se radi o stranci koja je predvodila dve prethodne vlade, oštrica kritike je usmerena na postojeću, odnosno na menjanje pravca u međunarodnoj politici koje se desilo za vreme njenog mandata.

Ključni problem DSS vidi u političkoj sferi i on se svodi na pogrešnu politiku odlazeće vlade koja je u nedopustivo velikoj meri državu dovela u političku, ekonomsku i vojnu zavisnost od jednog bloka moći – Evropske Unije, NATO i SAD (odnosno Zapada). Pokazatelj ove zavisnosti je zvanična politika koja ne pretpostavlja postojanje alternative EU, koja je potpisala SSP (Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju) i koja je faktički priznala nezavisnost Kosova. Iz ovog pogrešnog puta proističu i svi drugi problemi. Ekonomski, u čijoj suštini je uključivanje u tržišnu utakmicu sa daleko razvijenijim zemljama, što sa jedne strane dovodi do uništenja domaće proizvodnje, a sa druge do gubitka značajnih finansijskih prihoda od carina, koji su mogli biti uloženi u domaću privredu. Odustajanje od sopstvene teritorije nije samo međunarodno poniženje, već je istovremeno i odricanje od (prirodnih i privrednih) resursa. Ovakva politika dodatno ubrzava zaduživanje države i povećava stopu nezaposlenosti. U sferi ekonomije, takođe, prepoznaju slabo razvijenu poljoprivredu koja treba da postane strateška izvozna grana zemlje. Problem koji smatraju da je akutan u Srbiji jeste nesređena medijska sfera, odnosno kontrola medija od strane vladajućih partija.

Vizija poželjnog društva ove stranke je zemlja koja je politički i vojno neutralna i samostalna. Samostalnost ne znači izolacionizam, već saradnju na ravnopravnim osnovama sa svim državama u regionu i svetu. Svojevrsni model i oslonac neutralnosti je Rusija i to posebno nakon dolaska na predsedničku poziciju Vladimira Putina koji joj je vratio samopoštovanje, ali i mogućnost malim narodima da između velikih sila ostvare veći stepen autonomije. Neutralnost podrazumeva i ekonomiju na održivim osnovama ali i očuvanje nacionalne kulture (za čije negovanje se posebno mesto daje SPC).

Kako bi rešili postojeće probleme i približili se idealu društva, DSS smatra da treba preduzeti sledeće: 1. Odustati od puta ka EU, ne priključivati se NATO, i odustati od međunarodnih ugovora koji su štetni po Srbiju (poput SSP); 2. Raditi na povratku sopstvenih teritorija koje su protivno međunarodnom pravu oduzete Srbiji, čime se vraća dignitet Srbiji ali istovremeno i obilje resursa koji mogu pomoći ekonomskom oporavku privrede i boljitku građana; 3. Državno obezbeđivanje značajnih finansijskih sredstava (10 milijardi američkih dolara iz Ruske federacije) koji će pokrenuti privredu (osnivanjem Razvojne izvozne banke i drugih institucija), ali i ekonomska saradnja i otvorenost za strane investicije; 4. Odbrana i unapređenje nacionalne istorije i *nacionalnog bića*; 5. Nezavisnost rada institucija društva a u prvom redu medija. Ako bi se strategija razvoja sažela u jednu rečenicu, ona bi glasila: politička i vojna neutralnost dovešće do vraćanja (samo)poštovanja Srbiji, ali i do ekonomskog oporavka i očuvanja i unapređenja nacionalne kulture.

Ključni neprijatelji ovakve politike su postojeća vlast, NATO, EU, ali i unutrašnje snage koje ne doprinose integraciji i dostojanstvu već dezintegraciji i poniženju zemlje.

Jezik koji dominira u predizbornoj kampanji ove stranke je jezik visoke politike. Ključne teme su EU, KiM, NATO, međunarodna politika, neutralnost. Ne prepoznaju se društveni slojevi ili posebne kategorije stanovništva već nacija, narod (kao posebno ugrožena kategorija se prepoznaju Srbi na KiM). Ključne reči su: sloboda, nezavisnost, dostojanstvo, tamnica, moral, narod.

LIBERALNO DEMOKRATSKA PARTIJA – LDP (KOALICIJA PREOKRET)

Preokret se na parlamentarnim izborima pojavio kao koalicija stranaka okupljena oko Liberalno demokratske partije (osam partija među kojima su najpoznatije SPO i SDU). Na parlamentarnim izborima koalicija je osvojila 6,7% glasova. Glavni ton kampanje je u najvećoj meri bio zasnovan na programu PREOKRET.

Najznačajniji problem koji PREOKRET prepoznaje jeste loša politika države koja je obeležena stranačkim interesima kojom se blokira mogućnost ostvarivanja vladavine prava, kojoj nedostaju jasne strategije i planovi u gotovo svim oblastima društvenog i političkog života (obrazovanje, zdravstvo, ekonomija i dr.) pa društveni akteri, ali i pojedinci ne mogu da predvide buduće trendove i poteze, usled čega je društvo na svim ovim nivoima prilično nestabilno. Ova, političkim akterima, izazvana nestabilnost je prepoznata na međunarodnom planu, pa usled toga izostaju ozbiljne investicije i otvaranje stranih tržišta. Usled izolovanosti zemlje, ali i neodgovorne državne finansijske politike, Srbiju karakterišu najviše stope inflacije i nezaposlenosti, kao i veoma velike apatija, posebno izražena kod mladih, koji svoju budućnost ne vide u Srbiji. Država se bavi poslovima van svog domena, jer je preuzela ulogu tržišta, pa ne samo što finansira dobar deo proizvodnje, već održava u životu privredne gubitnike. Iako je postojala ideja racionalne i minimalne države, ona se sa prethodnom vladom nije ostvarila, jer je giljotina propisa obustavljena, kao i deetatizacija.

Idealna verzija društva po PREOKRET-u je Srbija dobro integrisana u regionalne i globalne političke i ekonomske mreže (EU, NATO i sl.) i dobra saradnja sa međunarodnim institucijama

(MMF, Svetska banka i sl.). Posebno ističu pionirski projekat integrisane regionalne politike (sa najbližim susedima) pomoću koje će se prostor jugoistočne Evrope pacifikovati kroz zajedničke ekonomske interese. U stabilnom društvu država je predvidiva i minimalno se meša u ekonomiju, ali istovremeno stvara uslove za funkcionisanje slobodnog tržišta i preduzetničke inicijative. Posebno mesto u kampanji predstavlja insistiranje na značaju ličnih sloboda, manjinskih prava i poštovanje prava na različitost.

Da bi se ovakav ideal ostvario neophodno je brzo i beskompromisno postati deo međunarodnih saveza (EU i NATO) i održavati stalne aranžmane sa MMF. Vlada bi trebala da bude minimalna sa minimalnim intervencijama u privredi. Sa ostvarenjem takvog političkog ambijenta strani privredni partneri će početi da investiraju. Podsticanje privrednih aktivnosti je moguće ukoliko se smanje poreska opterećenja kojim su izloženi poslodavci i zaposleni, ali i kroz efikasne programe podsticanja preduzetništva. Da bi i privreda i državni aparat bili uspešni neophodno je dovršiti privatizaciju tako što bi se najpre državna preduzeća pretvorila u akcionarska društva u kojima bi i država u roku od najviše do pet godina bila partner. Nakon ovog perioda tržišnog prilagođavanja bi se sva preduzeća privatizovala. Pored toga potrebno je pokrenuti likvidaciju preduzeća koja su čist trošak za sistem (poput Galenike). Penzion i zdravstveni fond bi trebalo popunjavati iz realnih prihoda, a ne konstantnom preraspodelom. Sistem obrazovanja, kao i razvoj u oblasti nauke mora se uskladiti sa potrebama privrede. Iako se u kampanji govori o radnicima, privrednicima, poljoprivrednicima, jedina društvena grupa koju ova partija posebno ističe i od kojih očekuje nadprosečnu podršku su mladi.

Kad je reč o preprekama predloženoj viziji društva, PREOKRET navodi najpre sve one političke i društvene snage koje se protive modernizaciji i uključivanju Srbije u međunarodne tokove. Generator gotovo svih, ali u prvom redu ekonomskih problema je sama država, odnosno političke partije. Monopole u politici slede monopoli u ekonomiji koji zajedno generišu korupciju koja u potpunosti blokira društveni razvoj.

G17 (UJEDINJENI REGIONI SRBIJE)

Ujedinjeni regioni Srbije nastali su kao politički pokret koji okuplja partije i politički uticajne ličnosti iz pojedinih gradova Srbije pod vođstvom partije G17, čiji lider ima najduži staž u izvršnoj vlasti Srbije u periodu nakon promena 2000. godine. Ova stranka postala je poznata po tome što je, napuštajući vlade u kojima je učestvovala, u dva navrata inicirala vanredne izbore. Time je stekla odijum javnosti što je, između ostalog, rezultiralo podrškom tek nešto više od pet odsto birača (5,4%) što je bilo dovoljno da se obezbedi status parlamentarne stranke.

Proistekla iz nevladine „ekspertske“ organizacije G17 je na ovim izborima kandidovala dve ključne teme oko kojih se vrti njihova izborna platforma. Prva je regionalizacija, a druga depolitizacija javnog života u Srbiji. Kroz te dve teme se kristalizuju osnovni problemi s kojima se suočava zemlja. Drugim rečima, osim opštih zapažanja zajedničkih svim strankama da su nezaposlenost i nedovoljan ekonomski rast glavni ekonomski problemi Srbije, G17 kao još važnije ističe: neravnomeran regionalni razvoj, odnosno privrednu i političku centralizaciju; i partokratiju odnosno kolonizaciju društva od strane političkih stranaka.

Srbija za koju se zalaže G17 bila bi decentralizovana što bi omogućilo snažan ekonomski rast sada zaostalih regiona. Drugi preduslov za razvoj je smanjenje uticaja političkih partija na ukupan, a pre svega privredni život. Prema toj viziji, ključnu ulogu u društvenom razvoju imali bi privrednici kojima je potrebno obezbediti nesmetane uslove za rad, a to znači, pre svega, oslobađanje od nameta i propisa. Uloga države u privredi trebalo bi da se ograniči samo na podsticanje preduzetništva.

U ostvarenju navedenih ciljeva G17 predlaže veoma konkretne mere. Tako, na primer, decentralizacija se suštinski može ostvariti ukoliko se regionima stavi na raspolaganje 20% poreza na plate i 50% poreza na dobit preduzeća. Departizacija se zamišlja kao obaveza da se rukovodeća mesta u javnim preduzećima popunjavaju stručnjacima na osnovu javnih konkursa, a ne na temelju stranačkog „ključa“. Jačanje privrede i položaja preduzetnika vidi se kroz smanjenje taksi, plaćanje PDV-a nakon završenih finansijskih transakcija (nakon naplate potraživanja), smanjenje administracije, prilagođavanje obrazovanja potrebama privrede, itd.

Kao glavnu prepreku realizaciji ovih ciljeva URS vidi političke partije i takozvanu „beogradizaciju“ odnosno centralizaciju moći u glavnom gradu. Drugim rečima, koncentracija političke moći u vrhovima političkih partija za G17 je osnovni društveni problem koji mora biti rešen nezavisno i pre svih ostalih tema.

Na osnovu retorike moglo bi se zaključiti da „socijalnu bazu“ URS-a čine sitni i srednji preduzetnici. Treba, međutim, primetiti da uprkos tome mere koje predlažu nisu podešene isključivo u interesu ovih slojeva, već u značajnoj meri idu na ruku „krupnom biznisu“. S druge strane, nesumnjivo da bi usvajanje pojedinih mera osiromašilo državni budžet čime bi bili ugroženi interesi onih kategorija stanovništva koji direktno ili indirektno žive od njega. Pored toga, mnogi analitičari smatraju da bi decentralizacija vodila političkom slabljenju Srbije pa otuda ne iznenađuju snažne kritike koje se sa različitih strana mogu čuti na račun G17. Iako ova stranka u svojim nastupima ne ističe prepreke i neprijatelje, nesumnjivo da upravo njihovi protivnici predstavljaju tu kategoriju.

SRPSKA RADIKALNA STRANKA – SRS

Srpska radikalna stranka – najjača opoziciona stranka tokom poslednje decenije, na izbore je izašla samostalno i osvojila 4,6% glasova, nedovoljno za ulazak u parlament. Od poslednjih parlamentarnih izbora stranku je napustio veliki broj ključnih ljudi koji su osnovali novu stranku (SNS) i preuzeli veći deo glasačkog tela, pa je u kampanji poseban prostor posvećen delegitimiziranju nove partije i njenih vođa.

Ključne teme za SRS u predizbornoj kampanji su bili problemi u politici, ekonomiji, kao i problemi života malog čoveka – žrtve tranzicione politike. Politički problemi nastaju usled pogrešnog pravca kojim je zemlja vođena, ka EU i NATO, i ka Zapadu koji je aktivno učestvovao na oduzimanju teritorija na koje Srbi imaju istorijsko ili legalno pravo. Teritorijalna ugroženost Srbije (usled oduzimanja KiM) je ključni problem, pa je očuvanje teritorije primarni cilj. Ekonomski problemi su generisani neoliberalnom ekonomijom koja je uništila domaću privredu, dovela do neefikasne privatizacije i likvidiranja preko 60.000 preduzeća. Takva politika dovodi do velikih problema za sredovečne, invalide, izbeglice i druge žrtve tranzicije. Nemogućnost opravdanja loše politike vlada rešava prevelikim zaduživanjem koje samo produbljuje postojeću krizu.

Kad je reč o viziji poželjnog društva SRS vidi državu u kojoj ujedinjeni žive svi Srbi. Međunarodni odnosi podrazumevaju specijalne veze i politički i vojni savez sa Ruskom federacijom (kroz pristupanje ODKB). U sferi ekonomije poljoprivreda bi bila glavna strateška i izvozna grana.

Način da se ideal ostvari jeste insistiranje na teritorijalnom integritetu zemlje, i oslanjanje na partnere na Istoku, a ključni uslov je promena trenutne političke matrice u kojoj EU i NATO imaju alternativu. Zato je neophodno odmah ući u vojni savez sa grupom zemalja koju predvodi Ruska federacija. Država mora da se pojavi kao jaka i odlučna i u privredi. Najpre je potrebno preispitati sve privatizacije. Zatim treba kroz razne programe subvencija podsticati poljoprivredu ali ne velike proizvođače već individualne, male poljoprivrednike, i osigurati izvoz u Rusiju i na istok poljoprivrednih proizvoda. Investiciona sredstva treba obezbediti iz više izvora, jednim delom od investicija stranih partnera iz Rusije, zatim oporezivanjem tajkuna, ponovnim postavljanjem

carina (ukidanjem SSP) kao i posebnim projektima koji bi išli preko Razvojne banke. Subvencije ukoliko je želja oparavak sopstvene privrede treba davati isključivo domaćim preduzećima. SRS će se odužiti svima koji su branili sopstvenu zemlju (veteranima i ratnim vojnim invalidima) i onima koji su žrtve ratova i pritom izgubili imovinu i prava. Posebna pažnja se poklanja socijalno ugroženim kategorijama stanovništva – trudnicama i onima koji žive ispod linije siromaštva, koji bi bili obuhvaćeni posebnim zdravstvenim i socijalnim programima, ali bi i obrazovanje učinili dostupnijim svim kategorijama stanovništva. Osnovni izvor korupcije su oblici finansiranja političkih stranaka, pa ispitivanje i ovih problema jeste jedan od prioriteta.

Kao prepreke ovakvoj viziji društva SRS vidi novi svetski poredak, haški tribunal, vlast, tajkune, Zapad, EU, domaće i strane finansijske institucije (posebno banke). Najveći spoljni neprijatelji su EU i NATO koji su osvedočeni neprijatelji srpskog naroda, koji su joj oduzeli teritorije i protivno međunarodnom pravu bombardovali. DS je stranka lažnog patriotizma, koja je već prepustila sopstvenu teritoriju zarad pogrešne politike ulaska u EU. Tajkuni i strane banke su ključni neprijatelji u sferi ekonomije ali i protivnici interesa radnika, penzionera i drugih ugroženih grupa.

DVERI

Verovatno najveće iznenađenje parlamentarnih izbora predstavlja afirmisanje nove političke partije – DVERI kojoj je nedostajalo 0,6% da ostvari cenzus i postane deo parlamentarnog života. Pojavivši se kao stranka sa radikalnom nacionalističkom politikom, ali i veoma glasnom socijalnom retorikom usmerenom ka zaštiti porodice, ova stranka/pokret uspela je da uzme značajan deo kolača na inače prilično uzdrmanoј desnici.

Dveri prepoznaju političke, kulturne i određene socijalne probleme kao ključne. Politika sadašnje vlade koja je zasnovana na potpunoj usmerenosti na EU i Zapad, dovela je Srbiju do prevelike zavisnosti od ovih centara moći i oduzela joj autonomiju u odlučivanju. Ova zavisnost onemogućuje da Srbija zadrži svoju teritoriju (KiM), ili da izvrši ujedinjenje sa Srbima preko Drine. Kulturni problem je istovremeno i politički jer podele u ovom polju dovode do razjedinjenja srpskog naroda na duhovnom, kulturnom, ekonomskom i drugim nivoima. Predstavnici ove stranke ističu da se kulturna matrica koju neguje Srpska Pravoslavna Crkva ne poštuje u pravom meri, a da su umesto toga preovladale liberalne ideje strane srpskom nacionalnom biću. Integracija društva slabi i zbog uvođenja novotarija poput profesionalne vojske, kojom se gubi osećaj patriotizma i smanjuje borbena gotovost naroda, ali i blagorodni uticaji na porodicu.

Ključno pitanje kampanje Dveri je pitanje „bele kuge“, odnosno negativnog priraštaja. U sferi ekonomije kao i u sferi politike ističe se da potpuno uključivanje u neoliberalni sistem nije donelo dobro zemlji, već je dovelo do devastacije privrede i posebno poljoprivrede.

Ideal društva kome DVERI teže je kulturno, političko i teritorijalno jedinstvo srpskog naroda. U sferi politike zalažu se za jak centralni državni aparat, ali i za autonomiju opština umesto autonomije regiona i pokrajina. Na međunarodnom planu Srbiju vide kao politički i vojno nezavisnu i neutralnu zemlju. Uloga crkve u političkom i društvenom životu trebalo bi da bude značajna, a kao ideal se ističe vizantijski odnos dve najvažnije institucije (crkve i države) – simfonija.

U ekonomiji se zastupa ideja „domaćinske ekonomije“ koja podrazumeva odgovornost u poslovanju i oslanjanje u prvom redu na sopstvene resurse.

Strategija da se ostvari ovakav ideal podrazumeva najpre potpunu reviziju postojećih politika. Najpre treba preispitati sve zakone i međudržavne Ugovore koji su štetni za Srbiju, a koji su većim delom nastali kao posledica približavanja EU. Takođe, smatraju da je neophodno zaustaviti proces privatizacije i preispitati sve koje su već urađene. Ekonomski plan podrazumeva značajno učešće

države u postupku ulaganja u privredu kroz pomoć malim i srednjim preduzećima i subvencije koje bi se davale isključivo domaćim privrednicima. Protive se prodaji strateških preduzeća. Plan za poljoprivredu podrazumeva osnivanje zadruga i maksimalnu zaštitu domaće proizvodnje protekcionističkim merama.

Obnova zajedničkog srpskog prostora počela bi time što bi Srbi iz svih okolnih država automatski dobili državljanstvo. Kulturna revizija podrazumeva izvođenje istine o komunističkom istorijskom nasleđu, a kulturna politika obnovu srpskog duhovnog nasleđa (koje baštini SPC i druge značajne institucije i organizacije). S obzirom da je centralna tema pitanje porodice, pronatalitetna strategija je i najdetaljnije osmišljena. Postoji dosta mera za pomoć porodici; od osnivanja Ministarstva za porodicu, Nacionalnog plana protiv „bele kuge“ do raznih tela (30 mera posvećenih ovoj temi). Konzervativizam DVERI je prisutan i kad je reč o rodno zasnovanim temama, pa je podela na muške i ženske poslove vidljiva kad je reč o organizaciji vojske u kojoj, po njima, u borbenim jedinicama nema mesta za žene, ali i u temama poput prava seksualnih manjina gde se pravo na javnu prisutnost ovim osobama odriče kroz idealizaciju nukleusne heteroseksualne porodice.

Kao ključne aktere koji sprečavaju ostvarivanje poželjnih odnosa u društvu prepoznaju Zapad, međunarodne institucije (EU, MMF i dr.) a od domaćih aktera tajkune, prozapadne stranke, korupciju, odnosno neodgovornu i nedomaćinsku politiku.

Ova politika je prilično čist oblik konzervativne ideologije koja počiva na idejama duha naroda, značaja porodice, crkve, jake države i vojske. Takođe je prisutan redukcionizam gde se svi značajni odnosi u politici i društvu redukuju na zdrave odnose u porodici: domaćin, žena, deca, poslušnost, zajednica i sl.

ZAKLJUČAK

Različite dimenzije na osnovu kojih smo pokušali da sagledamo ideološke profile stranaka pokazuju da postoje sličnosti, ali i značajne razlike među njima. Sličnosti se ogledaju u pojedinim dimenzijama, ali kombinacija različitih dimenzija pokazuje da ne postoje dva identična ideološka profila. Tako, na primer, LDP i SNS se slažu u oceni postojećeg stanja, pa čak i u viđenju uzroka i glavnih prepreka za promenu stanja (obe kao glavnu smetnju vide Demokratsku stranku). U izvesnom smislu ove stranke se deklarativno slažu i u pogledu željenog cilja (s tim što različito akcentuju pojedine elemente). Međutim, suštinsku razliku među njima čini način na koji vide mogućnost dostizanja navedenih ciljeva. LDP kao ključni mehanizam razvoja vidi tržište, a SNS državnu intervenciju.

Po značaju koji pridaje državnoj intervenciji SNS je blizak SPS, ali dok potonji smatraju da je cilj države socijalna pravda od koje bi najviše koristi imali svi zaposleni, SNS ne želi ništa da menja u postojećim odnosima društvene moći. Naprotiv, predloženim poreskim reformama ide na ruku interesima domaćeg krupnog kapitala itd.

U uvodu je istaknuto da postoje različite klasifikacije i modeli za razvrstavanje političkih stranaka u ideološko-političkom prostoru. Međutim, na svakoj od tih skala mogao bi se uspostaviti različit redosled. Entoni Gidens smatra da je u današnje vreme podela na levicu i desnicu prvenstveno uslovljena pogledom na ulogu države u privrednom i društvenom životu (Gidens, 1994). Na takvoj skali SPS bi bio pozicioniran krajnje levo, a uz njega malo prema centru bi se našli SNS, SRS i Dveri. U centru bi bila DS, a na desnici DSS, G17 i LDP kao krajnje desna stranka. SPS bi se mogao smestiti na levicu i u pogledu zalaganja za viši stepen društvene jednakosti, ako je to kako predlažu pojedini autori osnovni kriterijum za diferencijaciju. Međutim, s druge strane posmatrano, ova stranka bi sudeći prema nivou zalaganja za nacionalne interese bila u desnom bloku, a takođe bi tu pripadala i prema autoritarnoj retorici izraženoj u izbornoj kampanji.

To su razlozi zbog kojih smatramo da klasifikacije ovog tipa nisu od velikog analitičkog značaja. Važnije je po našem mišljenju pokazati svo bogatstvo ideoloških razlika, a koja od njih će činiti osnov za razumevanje konkretnih političkih poteza zavisi od niza drugih faktora. Štaviše, insistiranje na postojećim shemama ideoloških podela može otežati uočavanje nastanka novih ideoloških oblika kao što je „novi fašizam“.

Uprkos tome, ali istovremeno imajući to u vidu, treba reći da je ova analiza pokazala da je u Srbiji prvi put jasno kristalizovan antiglobalizam kao relativno dosledna ideološka platforma karakteristična za najmanje tri stranke – DSS, SRS i Dveri. Činjenica da su ove stranke nastupale odvojeno pokazuje da u organizacionom pogledu ova politička platforma još uvek nije konstituisana, ali je na ideološkom planu ona prvi put jasno izražena.

Moglo bi se takođe zaključiti da je od ranije prisutan i ideološki dominantan neoliberalizam, koji najdoslednije neguju LDP i G17 (a koji se neretko može uočiti i u praktičnim političkim potezima DS) u defanzivi.

Nasuprot tome, ojačala je platforma SPS koji predstavljaju stanovište klasične nacionalne levice. U tom smislu primetno je i snažnije oslanjanje DS na svoju „socijaldemokratsku nogu“, mada u praktičnim politikama ima otklona na različite strane.

Najinteresantniji je, međutim, uspeh SNS kao izrazito populističke stranke bez jasnog ideološkog programa koji predstavlja mešavinu različitih, često međusobno suprotstavljenih, ideja. Ovde nema prostora za dublju analizu uspeha ove stranke ali je takva analiza neophodna za razumevanje i predviđanje političkih procesa u budućnosti. S druge strane, postoji potreba da se ispita zašto u ovako raznolikoj ideološkoj ponudi ni jedna stanka ne pristaje uz ideje kosmopolitske levice koja se u Evropi i svetu danas najeksplicitnije izražava u alterglobalizmu.

LITERATURA

Fukujama, F. (1998), Kraj istorije i poslednji čovek, CID, Podgorica

Orlović, S (2007), Ideologije i programi u partijskim sučeljavanjima, u Lutovac, Z. (pr). Ideologija i političke stranke u Srbiji, IDN i FES, Beograd

Antonić, S. (2007), Rascepi i stranke u Srbiji, u Lutovac, Z (pr). Ideologija i političke stranke u Srbiji, IDN i FES, Beograd

Vukomanović, D. (2007), Ideološke matrice političkih partija u Srbiji (1990-2007), u Lutovac, Z (pr). Ideologija i političke stranke u Srbiji, IDN i FES, Beograd

Giddens, A. (1994), Beyond Left and Right, Polity press,

Mihajlović, S (2007), Levi i desni ekstremizam u Srbiji, u Lutovac, Z (pr). Ideologija i političke stranke u Srbiji, IDN i FES, Beograd

Castells, M. (1997), The Power of Identity, Blackwell, Oxford

Hejvud, E. (2005), Političke ideologije, Zavod za udžbenike, Beograd

Volerstin, I. (2005), Posle liberalizma, Službeni glasnik, Beograd

Volerstin, I. (2000), Utopistika, Republika, Beograd

Robinson, W. & Barrera, M. (2012), Global capitalism and twenty-first century fascism, a US case study, Race and Class, SAGE, London

RAZUMEVANJE DRŽAVE I DECENTRALIZACIJE NA POLITIČKOM TRŽIŠTU SRBIJE

REZIME

Rad se sastoji iz četiri dela: 1) Kratko objašnjenje ključnih pojmova i tipova regionalizacije; 2) Stavovi relevantnih političkih aktera o regionalizaciji; 3) Razumevanje države i decentralizacije od strane građana Srbije, i 4) Perspektive decentralizacije i regionalizacije.

Ključna teza rada je da preplitanje (pred)izbornog momenta unutrašnje političke scene sa uznemiravajućim posledicama ekonomske krize, nepopularnim zadatkom suočavanja sa kontroverznim realnostima Kosova i Metohije (Kosova) i istovremenim otvaranjem perspektiva modernizacije Srbije u procesima EU integracija, ne predstavlja povoljan ambijent za fokusiranje vlasti na institucionalne reforme decentralističkog tipa. Pre svega, zbog nedostatka konsenzusa najuticajnijih aktera parlamentarne scene Srbije o svrsishodnosti regionalizacije države. Potom i zbog nedovoljnog razumevanja birača šta su potencijalne dobiti od regionalizacije, kao i zbog snažnog protivljenja ovakvim institucionalnim reformama, indukovano strahovima, stereotipima i predrasudama tradicionalističke provenijencije. Ovim nepovoljnim okolnostima pridodajemo nedovoljan pritisak stručne javnosti i medija.

Kritična masa političkih zahteva za doslednom decentralizacijom, uključujući i regionalizaciju, može biti postignuta na domaćem tržištu ideja, u polju interesnih kalkulatorika ključnih političkih partija i u sferi glasačke potražnje samo u slučaju ubrzanja evropskih integracija, stabilizacije ekonomskih tokova, izlaska iz krize i efektivnog unapređivanja standarda ekonomije, politike i kulture po meri EU.

Ključne reči: država, decentralizacija, regionalizacija, partijski programi, stavovi građana, političko tržište, Srbija, Evropska unija

Analizu razumevanja države i decentralizacije na političkom tržištu Srbije i to u kontekstu vrlo složene relacije političke ponude i potražnje, koja određuje ključne šanse institucionalnih reformi neosporno centralizovane srpske države, započecemo jednom načelnom napomenom. Naime, za svaku promenu, pa i za nagoveštene koncepte decentralizacije i regionalizacije, neophodno je imati na umu nekoliko sledećih činjenica iz istorije političkih sistema: 1) nema trajno stabilnog (efikasnog, efektivnog i legitimnog) sistema vlasti; 2) institucionalna struktura mora odgovarati fundamentalnom problemu koji treba da reši; 3) planovi velike promene se vrlo teško i sporo realizuju, i 4) savremena politika sve manje je rezultat jednog ambicioznog opšteg plana i ciljeva, koji se određuje pre ili mimo spoznaje adekvatnih sredstava. Teži se dobroj, a ne najboljoj politici i to posredstvom inkrementalističkog, „korak po korak inženjeringa“, odnosno kontinuiranog niza manjih prilagođavanja i uspostavljanja kompromisa između aktera sa različitim ciljevima. Pri tome, za uspešnu implementaciju određene institucionalne politike moraju se steći bar tri uslova: a) dovoljno vremena i resursa; b) postizanje saglasnosti više aktera (zainteresovanih grupa), i c) pristanak podređenih – lokalnih birokrata (Hejg, Harop, Breslin 2001, 408-10, 422).

U ovom kontekstu, razmatracemo i mogućnosti implementacije racionalne i funkcionalne evropske regionalističke ideje i logike u politički ambijent Srbije. Još konkretnije, ispitaćemo koliko se oseća prisustvo decentralističkih tema u prolećnoj (pred)izbornoj utakmici 2012. Ključna teza koju ćemo u tekstu proveravati glasi: Preplitanje (pred)izbornog momenta unutrašnje političke

scene sa uznemiravajućim posledicama ekonomske krize, nepopularnim zadatkom suočavanja sa kontroverznim realnostima Kosova i Metohije (Kosova) i istovremenim otvaranjem perspektiva modernizacije Srbije u procesima EU integracija, ne predstavlja povoljan ambijent za fokusiranje vlasti na institucionalne reforme decentralističkog tipa. Pre svega, zbog nedostatka konsenzusa najuticajnijih aktera parlamentarne scene Srbije o svrsishodnosti regionalizacije države. Potom i zbog nedovoljnog razumevanja birača šta su potencijalne dobiti od regionalizacije, kao i zbog snažnog protivljenja ovakvim institucionalnim reformama, indukovano strahovima, stereotipima i predrasudama tradicionalističke provenijencije. Ovim nepovoljnim okolnostima pridodajemo nedovoljan pritisak stručne javnosti i medija.

Nakon kratkog pojašnjenja ključnih pojmova koje koristimo, pažnju ćemo posvetiti prvo stavovima relevantnih političkih aktera o regionalizaciji, pa tek onda razumevanju države i decentralizacije od strane građana Srbije. To je zbog toga što mislimo da razlog sporog hoda u decentralističkim (regionalističkim) reformama nisu nekakva, po sebi data, raspoloženja demosa i protivljenja građana takvom smeru institucionalne politike. Naprotiv, pre svega je reč o uverenjima političkih elita i njihovom interesu za maksimalno mogućom kontrolom društvenih resursa, koji se skriva iza navodne bojazni od dezintegracije države, koja se masovno socijalizuje posredstvom ideoloških aparata države i njihovih uticaja na medije i druge kreatore javnog mnjenja. Dakako, na kraju sledi i nekoliko napomena o perspektivama.

KRATKO OBJAŠNENJE KLJUČNIH POJMOVA I TIPOVA REGIONALIZACIJE

Konsekventno Kelcenovom (Hans Kelzen) stavu da je ideja decentralizacije „... obično spojena sa idejom većeg broja organa, od kojih se svaki nalazi u području u kome se prostire njegova nadležnost“ (Kelcen, 1998: 373), decentralizovana država biće takav pravni poredak koji se „... sastoji od normi koje imaju različita teritorijalna područja važenja“, pri čemu su neke norme važeće za celu državnu teritoriju (centralne norme), a neke se primenjuju samo na određenim područjima lokalne ili pokrajinske samouprave (decentralne norme) (O tome: Kelcen, 1998: 367-391; kao i Komšić, 2000: 449-452).

U kontekstu rečenog, da bismo mogli da se sporazumevamo, i razumevajući iste sadržaje u okviru istih termina iz sfere teritorijalnog uređenja države, ponudićemo shematski prikaz oblika teritorijalne vlasti (Tabela 1).⁶⁶

Tabela 1: oblici teritorijalne vlasti

	Federalizam	Politički regionalizam	Devolucija	Funkcionalni decentralizam
Vlast podeljena na gornji i donje nivoe	Da	Da	Da	Da
Nadležnosti nižih jedinica	Široke	Široke	Široke	Male
Nadležnosti centralnih vlasti	Ograničene	Široke	Široke	Neograničene
Podela ovlašćenja	Utvrđena Ustavom	Utvrđena Ustavom; Država zadržava rezidualna ovlašćenja	Podleže običnim zakonima	Nema podele ovlašćenja

⁶⁶ Reč je o našoj adaptaciji Kitingovog (Michael Keating) shematskog prikaza oblika teritorijalne vlasti. Smatramo, naime, da ima osnova da se Kitingova shema dopuni posebnom kolonom za tip političkog regionalizma. Vidi: Keating, Michael. 2007. Federalism and Balance of Power in European States, Paris: SIGMA, OECD, p. 8, <http://www.sigmaxweb.org/dataoecd/40/30/39875366.pdf>, pristupljeno 5.11.2011.

Zaključcima Ministarske konferencije Saveta Evrope (Helsinki, 2002) *regionalna autonomija* definisana je kao „zakonska nadležnost i sposobnost najvećih regionalnih vlasti da u svakoj državi članici vode veći deo javnih poslova u interesu svog stanovništva i u skladu sa principom supsidijarnosti“ (Van Kauenberge 2007, 38, 46). Za autore *Nacrta Evropske povelje o regionalnoj demokratiji* (2008) regioni, odnosno „... regionalne vlasti su entiteti koji se nalaze između centralne vlasti i lokalnih organa vlasti“, pri čemu se „... ne isključuje mogućnost da se regionalni organi vlasti smatraju vrstom lokalnih vlasti unutar domaćeg pravnog poretka, niti sprečava bilo koji organ vlasti da ostvaruje kombinovane nadležnosti sa nivoa kako lokalne, tako i regionalne vlasti“ (Član 7).⁶⁷

Sažimajući vrlo različite evropske koncepcije i iskustva, dolazimo do ocene o postojanju **tri osnovna tipa regionalizacije**. Prvi bi se mogao nazvati **evolutivnom regionalizacijom** unutar postojećeg sistema lokalne (samo)uprave. Radi se o tendenciji da se umesto formalnog uspostavljanja novog nivoa organizacije vlasti, koriste postojeći, njihovim prilagođavanjem ciljevima regionalizacije (Švedska, Nemačka). Drugi je model **regionalne decentralizacije** unitarne države koja se odražava u formalnom konstituisanju regiona. Međutim, ove nove institucije nemaju viši ili drugačiji status od drugih lokalnih organa vlasti (Francuska, Portugalija). Najzad, treći model – **političke regionalizacije**, odnosno institucionalnog regionalizma – karakterističan je po visokom stepenu regionalne autonomije i elemenata konstitutivnosti (učesća) regiona (oblasti, pokrajine) u organizaciji i profilisanju karaktera centralne, državne vlasti (Markou 1998, 11-20).

Regionalizam odgovara definiciji regije kao jednog korpusa, ljudskih, kulturalnih, jezičkih ili drugih obeležja koja se konsekvntno transformišu u političke zahteve za većim ili manjim stepenom autonomije, navodi se u studiji Saveta Evrope *Regionalizacija i njen uticaj na lokalnu samoupravu* (Komšić 2007, 128). Kao i svi društveni fenomeni-procesi, i regionalizam ima svoju dinamiku i raznovrsnost, kako u pogledu ciljeva, tako i dominantnih modela i realnih sadržaja u nacionalnom i širem geopolitičkom okviru. Oni se mogu, kao što to čini Kauenbergova (Jean Claude van Cauwenberghe) studija, svesti na tri osnovna načina organizovanja regionalne vlasti: 1) konkurentni regionalizam; 2) regionalizam solidarnosti, i 3) kooperativni regionalizam (Van Kauenberge 2007, 39).

Poslednjih decenija u Evropi, u prvi plan regionalne politike i ekonomije dospela je konkurencija. Stoga je i u teorijske rasprave o institucionalnim modusima podele i ravnoteže vlasti uveden jedan vrlo zanimljiv koncept koji govori o kvalitativno novom fenomenu. Posredi je tip **novog regionalizma**, kao sticaja sledećih okolnosti: a) iskustava strukturalnih transformacija zapadno-evropskih država; b) kombinacije konsocijacionizma i vertikalne podele nadležnosti (federalizam i devolucija); c) funkcionalnih promena u privredi; d) jačanja teritorijalne ekonomske konkurencije; e) novih shvatanja teritorije, i f) demokratskog „pomirenja“ kulturoloških i teritorijalnih principa. Značenjsko polje termina regionalizam dopunjeno je, dakle, sledećim ključnim elementima:

- Regioni postaju važnije ekonomske jedinice
- Jačaju regionalni identiteti
- Uspostavljaju se regionalne institucije
- Regioni traže svoje mesto u međunarodnoj podeli rada
- Na regionalnom nivou javljaju se nove razvojne koalicije javnih i privatnih subjekata
- Međuregionalna saradnja jača na međunarodnom i evropskom nivou (Kiting 2007, 18-19, 38).

⁶⁷ Draft European Charter of Regional Democracy, Recommendation 240 (2008).

STAVOVI RELEVANTNIH POLITIČKIH AKTERA O REGIONALIZACIJI SRBIJE

S obzirom da je moguće evoluciju programskih tekstova relevantnih političkih partija u Srbiji i pokrajini Vojvodini razvrstati u nekoliko osnovnih faza, a) formativnu, od 1990. do 2000-te; b) tranzicionu, od 2000. do donošenja novog Ustava Srbije (2006), i c) konsolidacionu, od 2007. godine do danas, kao i da smo se odnosom naših partija prema decentralizaciji i autonomijama bavili u nizu tekstova,⁶⁸ ovom prilikom, zarad razumevanja programsko-ideološkog odnosa parlamentarnih stranaka Srbije prema decentralizaciji u aktuelnom mandatu Narodne skupštine (od 2008. godine), pažnju ćemo fokusirati na poslednju, konsolidacionu etapu i aktuelne ideje i inicijative. U tome će nam pomoći nalazi jedne naše, još neobjavljene analize političkog konteksta decentralizacije i regionalizacije u Srbiji, na početku druge decenije drugog milenijuma.⁶⁹

STANOVIŠTA DS, DSS, LDP I SRS

Demokratska stranka (DS): Od momenta usvajanja novog Ustava (2006), pa sve do danas, ponovo smo suočeni sa enigmatikom i „kreativnim nejasnoćama“ programskih dokumenata DS. Izgleda da je u *fazi vršenja vlasti* zajedno sa DSS, Novom Srbijom i G17 Plus, za Demokrate i njihov odnos prema autonomiji Vojvodine, kao i za odnos prema ranijim sopstvenim partijskim projektima, bila najfunkcionalnija difuzna, što je moguće manje određena formula autonomije.

Za razliku od vrlo obimne predizborne platforme DS, iz 2007. godine, uoči izbora 2012. godine, na *web sajtu* Demokratske stranke, kao i u medijskoj i direktnoj komunikaciji sa građanima Srbije nećemo naći sličan obrazac. Naprotiv. Pod diktatom svrhe zadržavanja na vlasti, poruke su marketinški sublimirane na tri cilja: Posao-Investicije-Sigurnost (PIS). Promene su kao cilj rezervisali ključni igrači u opoziciji. Dakako, iako u senci navedenih prioriteta, i na sajtu DS moguće je naći dokumente koji govore o promenama, pa i o promenama u smeru regionalizacije države. Tako, u dokumentu „Srbija 2020 – nacrt za javnu raspravu“, iz decembra 2010, nagoveštavaju se i ustavno-pravne reforme, koje uključuju decentralizaciju i regionalizaciju. Tu se naglašava da „različiti nivoi decentralizacije, od lokalnog nivoa, preko regiona do autonomnih pokrajina, treba da budu u funkciji približavanja vlasti građanima...“, da „proces decentralizacije treba da se zasniva na tradicionalnim ekonomskim i geografskim celinama i specifičnim karakteristikama pojedinih područja Srbije“, da „sistem decentralizacije treba da doprinese ravnomernijem regionalnom razvoju Srbije...“, s tim da „... svi oblici i nivoi decentralizacije moraju polaziti od punog uvažavanja državnog jedinstva...“ (Srbija 2020, 2010, 5; podvukao J. K.).

Inače, da Demokrate nisu usamljene u praksi emitovanja polivalentnih političkih poruka, pokazuje sledeći primer. Naime, produkcija DSS-ovih ideja o uređenju države, po našem mišljenju, još izraženije potvrđuje metodološku relevantnost teorijskih nalaza o značaju uverenja političkih aktivista za tokove (ne)demokratizacije (Dal), zatim, o povezanosti politike sa iracionalnim manevarskim prostorom (Manhajm), kao i o tome da u svetu politike dominiraju predstave o činjenicama, a ne same činjenice (Birdo).⁷⁰

Demokratska stranka Srbije (DSS): Bez obzira na evidentne promene svojih polaznih programskih ideja, nakon 2000-te, kako bi se otklonila senka dobroano kompromitovane „patriotske“ vizije

⁶⁸ Najpregledniji izvor u tom smislu je knjiga Komšić, Jovan. 2006. Dileme demokratske nacije i autonomije – ogledi o političkoj tranziciji u Srbiji, Beograd: Službeni glasnik, Novi Sad: PHILIA, str. 307-475.

⁶⁹ Reč je o tekstu: J. Komšić, „Križa i politički kontekst decentralizacije i regionalizacije u Republici Srbiji – partijski akteri, vrednosti, politike“, koji je rađen u okviru projekta Centra za regionalizam iz Novog Sada: „Prilozi za nacionalnu strategiju decentralizacije Srbije“, Novi Sad, 2011-2012. godina.

⁷⁰ Ovu osobinu političkog Žorž Birdo (G. Burdeau) je sjajno iskazao sledećim rečima: „... politički univerzum je svijet predodžbi. Sve se tu zasniva ne direktno na realnom, nego na ideji koju ljudi o njemu stvaraju...“ Čak i kad su poredak i vlast koju on implicira nužni, njihova nužnost je valorizirana vjerovanjima.; Birdo, Žorž. 1971. „Politička znanost i sociologija i politička znanost i psihologija“, u: Adolf Bibič, Pavle Novosel ur., *Politička znanost – predmet i suština; Politička znanost – metode*, Zagreb: Naprijed, str. 229; kurziv J. K.

demokratije u integralnoj nacionalnoj državi, DSS ostaje privržena ideji decentralizacije Srbije jedino pod uslovom da promena političkog sistema omogućava pretvaranje socijalnog i upravno-političkog polja Srbije u „ispeglanu ploču“, kojom gospodare centralna politička tela, kao oličenja jedinstva naroda i države.

Dakle, kad je reč o odnosu DSS prema autonomijama i regionalizmu, mnogo toga nije bilo jasno. Otvorene su bile raznorazne opcije, od odbacivanja bilo kakvih pokrajinskih autonomija, kao nasleđa „komunizma i nacionalnog nihilizma“ i institucionalnih ishodišta separatizma, do eksplicitnog priznanja značaja vojvođanskih specifičnosti i institucionalnog subjektiviteta. Očito je da, u zavisnosti od pritiska okruženja i stranačkih računica uspeha na izborima, na prvoj javnomnjenjskoj liniji, kao i na rezervnom programskom položaju DSS, egzistira niz mesta koja su dopuštala da se partijski stav o pokrajinskim autonomijama, preobrazi od totalne negacije čak do takvog sadržajnog stupnja autonomnih nadležnosti, koje u potpunosti odgovaraju evropskim standardima decentralizacije posredstvom regionalnih autonomija, i obratno.

Inače, što se tiče DSS-ovog odbacivanja Statuta AP Vojvodine (2009) i nuđenja sopstvenog predloga pokrajinskog Statuta, kazaćemo da je reč o vrlo restriktivnom „čitanju“ ustavnog teksta (RS) i zalaganju za minimalni stepen pokrajinske autonomije. Uzor za tako formulisanu podelu nadležnosti između centralnih i srednjih nivoa vlasti može se naći u rešenjima koje Majkl Kiting (Michael Keating) naziva tipom **funkcionalne decentralizacije**.⁷¹

Liberalno-demokratska partija (LDP): Zanimljivo je da stvaranje potpuno novog ustava 21. veka, koji će biti „ispred svog vremena“, LDP zamišlja tako što će se pre svega osloniti na „savremeni metod razvoja društva“ posredstvom „decentralizacije i regionalizacije, vraćanja moderne autonomije Vojvodini poštujući njene specifičnosti i mogućnost autonomije Raškoj oblasti i jugu Srbije“.⁷² Pitanje autonomije je za Liberalne demokrate pitanje odgovornosti. „Građanima Vojvodine, Sandžaka i juga Srbije mora se dopustiti pravo specifične odgovornosti koje će im omogućiti da u potpunosti ostvaruju svoje specifične interese u okviru regionalne ili pokrajinske autonomije. Samo se tom vrstom slobode razvija a tim i čuva Srbija... Proces dezintegracije naše zemlje time neće biti ubrzan, već konačno zaustavljen tako što će u okvirima našeg društva građanima biti omogućeno da pozitivno utiču na svoj život“.⁷³

Srpska radikalna stranka (SRS): Radikali se kategorički zalažu za „unitarnu državu republikanskog oblika vladavine“. Argument koji se uzima u prilog ove orijentacije je taj što je „unitarna država (je) mnogo racionalnija, efikasnija i jeftinija od federalne“. Istovremeno, ova stranka „... se zalaže za **ukidanje autonomije** Vojvodine i Kosova i Metohije...“ i protiv je „bilo kakvih specijalnih teritorijalnih statusa“. Paralelno sa zahtevom za ukidanjem autonomija, SRS podvlači da „... prava manjine, kao kolektiviteta... moraju biti zaštićena u skladu sa najvišim demokratskim standardima“.⁷⁴

Umesto adekvatnog komentara ovakve brige za „jedinstvo nacije i države“, primetićemo da su učestvovanjem na izborima za vojvođansku skupštinu (od 2000-te do 2008), kao i bezrezervnom podrškom tekstu novog Ustava Srbije (2006) Radikali, zapravo, odškrinuli vrata kroz koja može u neko dogledno vreme da se „promoli“ i njihovo programsko priznanje funkcionalnosti nekakvog vida autonomije Vojvodine.

⁷¹ „Sa ovim oblikom decentralizacije, regioni pre imaju administrativnu, nego široku ulogu upravljanja. Ovo je slučaj sa Francuskom i, bar do nedavno, sa Italijom“, zapazio je navedeni autor u jednoj novijoj komparativnoj analizi podele i ravnoteže vlasti u evropskim državama; Keating, Michael. 2007. Federalism and Balance of Power in European States, Paris: SIGMA, OECD, <http://www.sigmaxweb.org/dataoecd/40/30/39875366.pdf>, p. 7-8; pristupljeno 5.11.2011.

⁷² LDP, Drugačija Srbija, 2007., <http://www.ldp.rs/upload/documents/drugacija%20srbija.pdf>, str. 27; pristupljeno 14.12.2011.

⁷³ Isto.

⁷⁴ Velika Srbija, april 1996, broj 99, str. 20-21, 33; kurziv J. K.

IDEJE NOVIH AKTERA (SNS, SDPS, URS) I PROMENE STARIH PARTIJA

Srpska napredna stranka (SNS): Stranačka „Bela knjiga – Programom do promena“, plasirana u javnost oktobra 2011, šesto od ponuđenih 20 opštih načela naslovila je kao „celovita i decentralizovana Srbija“. Akcenat, što je vrlo indikativno, Naprednjaci ne stavljaju više na negaciju principa i proizvodnju strahova od autonomije Vojvodine, što su učinili na samom početku svoje egzistencije, u jesen 2008, već na projekciju države sa ravnomernim razvojem svih njenih regija. Pored ravnomernog regionalnog razvoja, izdvojena su i opredeljenja za „povećanje obima regionalne i prekogranične saradnje“, kao i „decentralizaciju vlasti kroz jačanje lokalnih samouprava i vraćanje izvornih nadležnosti opštinama“.⁷⁵

Takođe, najavljujući nakon pojave opšteg programa stranke i programska načela za Vojvodinu, lider vojvodanskih naprednjaka Igor Mirović tvrdi sledeće: „Za nas je pitanje ustavnog položaja Vojvodine u potpunosti rešeno važećim Ustavom i donošenjem Statuta Vojvodine, na koji jesmo imali veliki broj primedbi i niz amandmana, ali smatramo da je ipak vreme da se okrenemo bržem ekonomskom razvoju Vojvodine“.⁷⁶

Socijaldemokratska partija Srbije (SDPS): Kao što to čini sa „ustavnim patriotizmom“, tako i sa usmeravanjem pažnje na krizni ekonomski kontekst, SDPS unosi nove valere u multistranački „pojmovnik“, ne ustežući da upozori na „nepotrebne troškove“ decentralizacije. To se odnosi na lokalnu samoupravu, kao i na regionalni nivo:

*„Nesumnjivo je da u Srbiji postoji potreba za regionalizacijom. U realnosti društvenog života postoje geografske oblasti koje nisu istih veličina i potencijala. Regionalizacija treba da podrazumeva jasno utvrđene nadležnosti bez ikakvih prerogativa državnosti i bez zakonodavne autonomije. Regioni treba da pokrivaju čitavu teritoriju države. Kao jedinice iznad lokalne samouprave, ne smeju da imaju ni obeležja političko-teritorijalne autonomije koja u Republici Srbiji postoji u Vojvodini i na Kosovu i Metohiji“.*⁷⁷

Socijaldemokrati se zalažu za sledeće konkretne ciljeve, mere i akcije u procesu decentralizacije: a) da regioni imaju 600.000 do 800.000 stanovnika; b) da se zadrži postojeći broj jedinica lokalne samouprave, uz izmenu načina njihovog finansiranja; c) da se prošire izvorni prihodi jedinica lokalne samouprave; d) da se uvede kontrola zaduživanja jedinica lokalne samouprave; e) da se obezbedi horizontalna ravnoteža posredstvom pomoći ekonomski slabijim opštinama; e) da se finansijski transferi sa nivoa republike na lokalne zajednice ostvare podelom zajedničkih prihoda, kao i putem budžetskih dotacija nerazvijenim opštinama; f) osposobljavanjem lokalnih zajednica za borbu protiv kriminaliteta.⁷⁸

Ujedinjeni regioni Srbije (URS): Regionalizacija i decentralizacija se u Platformi URS-a sagledavaju i kao značajan aspekt sveobuhvatne reforme državne uprave po meri EU standarda. U tom kontekstu, naglašava se i značaj evroregionalizma i povezivanja regiona kroz evropske institucije. Pozitivni efekti formiranja administrativnih regiona se nalaze u „podsticanju i ubrzavanju lokalnog i ukupnog ekonomskog razvoja“, a u sam vrh ciljeva regionalizacije stavljaju i „pravednija preraspodela prihoda“, kao i „ublažavanje međuregionalnih razlika“.⁷⁹

⁷⁵ SNS, „Bela knjiga – Programom do promena“, 2011, str. 47, www.sns.org.rs | www.srpskanaprednastranka.org

⁷⁶ Dnevnik, Novi Sad, 29. oktobar 2011, str. 3. i 24. novembar 2011, str. 3.

⁷⁷ Program Socijaldemokratske partije Srbije, 2009, str. 6, <http://www.sdpsrbije.org.rs/dokumenti-stranke>, str. 9.

⁷⁸ Isto.

⁷⁹ Ujedinjeni regioni Srbije, Nacrtr Platforme za regionalizaciju i decentralizaciju Srbije, oktobar 2010, str. 3, <http://ujedinjeniregionisrbije.rs/>, pristupljeno 16.11.2011. str. 4.

Da bi se ostvarili navedeni ciljevi, URS insistira na neophodnosti „suštinske promene postojećeg ustava, ili donošenja novog“ i, po tome, se uz LDP, LSV i SVM, izdvaja iz dominantnog kruga srpskih partija, koje ili glorifikuju postojeća ustavna rešenja decentralizacije (DSS, SNS), ili ne osporavaju nužnost ustavnih reformi, kad im dođe vreme u narednoj fazi EU integracija, ali ih drže na margini aktuelnih političkih prioriteta (DS, SPS). Shodno načelnim opredeljenjima URS, novi ustav Srbije trebao bi da u klasičnu shemu teritorijalne organizacije vlasti unitarne države (centralna vlast + sistem lokalne samouprave) unese i srednji (regionalni) nivo vlasti, a s druge strane da ukine postojećih 29 upravnih okruga. URS predviđa sedam regiona (AP Vojvodina, Beograd, Šumadija i Pomoravlje, Istočna Srbija, Južna Srbija, Zapadna Srbija i Kosovo i Metohija) i, na taj način, prati shemu statističke regionalne podele iz Zakona o regionalnom razvoju (2009).⁸⁰

Na „berzi ideja“ i predstojećem „tržištu glasova“ Ujedinjeni regioni nude jedan vrlo razrađen model uređenja Srbije kao regionalne države. Po tome, ova platforma podseća na niz stručnih projekata, iniciranih od strane pojedinaca i nevladinih organizacija, krajem devedesetih godina prošlog veka (Komšić 2006, 360-74). Ima u URS-ovom modelu i elemenata koji korespondiraju i nekim ranijim stranačkim projektima (DSS i DS).

Međutim, nijedan takav regionalistički projekt nije predstavljao ključnu ideju u predizbornoj platformi jedne stranke i koalicije, koja organizaciono pokriva čitavu teritoriju republike. Naročito nije predstavljao sudbonosnu ponudu, koja će njene nosioce zadržati u parlamentarnom vrhu političke scene, ili će, pak, obeležiti odlazak iz parlamenta (G17 Plus, Koalicija Šumadija) i eventualni početak stranačkog zalaska na „političkom nebu“ Srbije.

Bilo kako bilo, Platforma URS predviđa regionalizaciju države nalik na evropska rešenja i iskustva „političkog (institucionalnog) regionalizma“, što znači po meri najrazvijenijeg tipa regionalne autonomije i demokratije.⁸¹

Socijalistička partija Srbije (SPS): Da uz sva njihova naglašavanja „principijelnosti“ i „doslednosti“ i uz neoprostivu inerciju i nereflaktivnost, naše partije ipak, iz interesa, nešto uče i iz života i istorije i, na taj način, menjaju svoja stanovišta i politiku, govori nam i primer radikalne promene programskog odnosa SPS prema evropskim integracijama (Komšić 2011, 154).

Ne tako radikalne, ali ipak vidljive promene partijskih ideja možemo naći i na primeru određenja prema decentralizaciji, regionalizaciji i pokrajinskoj autonomiji Vojvodine. Ako je samo tri godine ranije ključna poenta o Vojvodini u programskoj deklaraciji VII kongresa SPS bila „borba protiv ozbiljnih pokušaja oživljavanja autonomaštva i separatističkih težnji i zagovaranja regionalizacije“, onda možemo zaključiti da u novom programu, iz decembra 2010. godine, pokrajinska autonomija dobija znatno sadržajnije i afirmativnije programski valer.⁸²

Tako, „za socijaliste stepen autonomije AP Vojvodine jeste pitanje demokratije i decentralizacije, a ne pitanje autonomaštva“. Shodno tome, „... neprihvatljiva je politika negiranja autonomije Vojvodine i poricanje svrsishodnosti decentralizacije vlasti u Srbiji“. Pozitivno određenje autonomije Socijalisti nude u formi zalaganja, „... za jasno razgraničenje ekonomskih argumenata za veći stepen decentralizacije i prenošenje određenih prava i nadležnosti na AP Vojvodinu...“. S druge strane, ne iznoseći konkretan plan prenosa nadležnosti, protivljenjem „... neopravdanim političkim pritiscima za ustupanje atributa državnosti kako bi se opravdale težnje za konfederalizacijom Republike Srbije ili zastupala secesija pojedinih delova ili celine teritorije AP

⁸⁰ Isto, str. 5.

⁸¹ O evropskim modelima regionalizacije vidi: Komšić, Jovan. 2009. „Političko-institucionalni aspekti regionalnog razvoja Srbije u svetlu evropskih standarda“, Izazovi evropskih integracija 6: 90-94.

⁸² Socijalistička partija Srbije, Glavni odbor, Program socijalističke partije Srbije, Beograd, 11.12.2010. <http://sps.org.rs/Dokumenta/PROGRAM%20SPS.pdf>, pristupljeno 11.12.2011.

Vojvodine od Republike Srbije”,⁸³ uopšteno se markira „crvena linija“ koja se ne sme preći. Na taj način, ne samo da se ne prekida veza sa korenima partije i odužuje dug programskom nasleđu i političkim tradicijama, već se istovremeno ostavlja dovoljno fleksibilan prostor da se doktrinarno bude principijelan, ali i politički pragmatičan u akcentovanju jedne ili druge dimenzije pokrajinske autonomije.

pozitivna valorizacija značaja „decentralizacije i dekoncentracije vlasti“ u Deklaraciji Sedmog Kongresa SPS (2007) išla je istovremeno sa „energičnim protivljenjem svim projektima, koji polazeći od ovih demokratskih principa podstiču procese autarhije, atomizacije, regionalizacije i federalizacije Srbije, zagovaraju komadanje njene teritorije“ (kurziv J. K.).⁸⁴ Podsećamo da su evropske ideje i iskustva regionalizacije i federalizacije bile osuđene od strane Socijalista ravno dve decenije. Bez obzira na velike promene karaktera političkog okruženja, kao i na promene unutar partijskog vođstva, ideja podele vlasti bila je za socijaliste legitimna samo do granice tzv. horizontalne podele na zakonodavnu (legislativa), izvršnu (egzekutiva) i sudsku vlast (judikatura).

Međutim, novi Program SPS iz decembra 2010. godine raskida sa idejom i praksom potpunog osporavanja regionalizacije. Iako sa velikom dozom opreznosti, a saglasno orijentaciji Srbije ka članstvu u EU, Socijalisti se danas ipak otvaraju za ideje i debate o regionalizaciji „... u okviru načela sadržanih u Evropskoj povelji o lokalnoj samoupravi i Evropskoj povelji o regionalnoj demokratiji“⁸⁵

Sve u svemu, nameće se zaključak da evropske ideje i EU iskustva predstavljaju snažan katalizator programskih inovacija i dojučerašnjih „evroskeptika“ i protivnika EU integracija.

Procenjujući, takođe, kako imamo na raspolaganju dovoljno empirijskog osnova za generalnu ocenu svepartijske ponude na političkom tržištu, za kraj ovog dela analize nudimo sledeći nalaz: *O decentralizaciji i regionalizaciji – relevantne partije, osim Radikala, imaju određeno stanovište u meri koja ne dozvoljava da se zaključi kako su protiv ovog, evropski značajnog segmenta ideje i prakse supsidijarnosti i demokratije. Istovremeno, programska obraćanja naših partija dovoljno su oprezna i uopštena da ne mogu striktno ograničavati manevarski prostor naših političkih preduzeća u međupartijskim, koalicionim pregovorima na velikom, postizbornom tržištu glasova (N. Bobio). Naročito je uočljivo da sa pozicijom i kapacitetima kontrole resursa (centralizovane) vlasti, kao i javnomnjenjskim rejtingom stranke obrnuto proporcionalno raste ili opada stepen konkretnosti u razradi strategije decentralizacije i regionalizacije države. To znači da, veća podrška od strane demosa i jača pozicija u vlasti umanjuju interes stranaka da se preciznije odrede prema vertikalnoj podeli moći i vlasti, i obrnuto.*

Ključno pitanje koje se nameće, nakon ovog uvida, formulisaćemo na sledeći način: da li takva, fluidna ponuda na tržištu glasova, zapravo preslikava stanje na strani potražnje. Ili, ipak, možemo da konstatujemo da se u strukturi svesti i raspoloženja demosa može uočiti dovoljno prepoznatljiva potreba i osvešćen interes građana za decentralizacijom, koji se posredstvom vrlo kompleksne interakcije sa ključnim političkim akterima reinterpreтира, preinačuje, zamagluje, pa i manipulativno deformiše i blokira? Kakvo je, zapravo, stanovište naroda?

⁸³ Isto, str. 20.

⁸⁴ Programska deklaracija sedmog Kongresa Socijalističke partije Srbije, 03.12.2006, str. 10. <http://www.sps.org.yu/uploads/progdek17.pdf> preuzeto 16.10.2007.

⁸⁵ Socijalistička partija Srbije, Glavni odbor, Program socijalističke partije Srbije, Beograd, 11.12.2010, str. 17. <http://sps.org.rs/Dokumenta/PROGRAM%20SPS.pdf>, pristupljeno 11.12.2011.

KARAKTER POLITIČKE POTRAŽNJE: RAZUMEVANJE DRŽAVE I DECENTRALIZACIJE OD STRANE GRAĐANA SRBIJE

OKSIMORONSKO POIMANJE DRŽAVE I DEMOKRATIJE U SRBIJI

Budući da i u teoriji ne postoji preovlađujuća saglasnost oko ključnih elemenata samog pojma (Komšić 2000, 338-347), ne treba da čudi nalaz istraživača javnog mnjenja, Srećka Mihailovića i Zorana Slavujevića, da ispitanici shvataju demokratiju „... na različite načine i pod njom podrazumevaju prilično raznovrsne stvari“. Kao što je skoro tri četvrtine (73%) ispitanika povezuje sa političkim slobodama, tako je gotovo polovina ispitanika spremna da poveže demokratiju sa dobrim standardom, saopštavaju navedeni sociolozi. Da mnogo toga nije konsekvantno u razumevanju demokratije i države u Srbiji pokazuju i podaci koji govore o „dominaciji jednog (s demokratijom nespojivog) organicističko-kolektivističkog viđenja **celine naroda** koje indicira masovno prihvatanje (čak 87%) stava da interesi celine naroda moraju biti iznad svih posebnih interesa“ (Slavujević, Mihailović 1999, 222).

Dakle, povezivanjem navedenih i drugih varijabli (odnos prema parlamentarnoj demokratiji, kao i prema poželjnom tipu vođstva), dobijaju se indikatori postojanja nekoliko različitih orijentacija prema tipu vlasti: 1. demokratska (34%); 2. autoritarna (28%); 3. mešavina neodređenih i nejasnih stavova o oba tipa vlasti (17%) i 4. protivrečna orijentacija. Sve je to navelo istraživače da postave hipotezu o postojanju upadljivo nelogičnog sindroma (**oksimorona**) u liku **autoritarne demokratije** (Slavujević, Mihailović 1999, 222-231).

Oslanjanjem na rezultate još jednog ispitivanja mišljenja građana, posredstvom (ne)saglasnosti sa nizom tvrdnji o državi, takođe možemo potvrditi prisustvo oksimoronskog „virusa“ u spoznajnim programima i kapacitetima demosa Srbije. Naime, prema nalazima istraživanja CeSID-a iz marta 2006. godine,⁸⁶ tek polovina ispitanika deciderano podržava jedno klasično mesto (**neo**)liberalne teorije države. Sa Fridmanovom (M. Friedman) tvrdnjom: „Slobodan čovek vlast smatra sredstvom, a ne gospodarom kojem se slepo služi“⁸⁷ složilo se 49,8% ispitanika, trećina je neodlučna (33,8%), a ne slaže se tek 7,4%. Skoro deset posto veću podršku ima drugo stanovište iz iste autorske „radionice liberalizma“:⁸⁸ Da je „koncentracija moći u rukama države, velika (je) opasnost za slobodu građana“ misli 58,7% građana; više od četvrtine je neodlučno (28%), a ne slaže se tek 12,7%.

S druge strane, bezmalo 40% ispitanika misli da „celokupan privredni život treba da bude pod kontrolom države“. Četvrtina (25,7%) je neodlučna, a trećina (34,4%) se ne slaže. A, sa tvrdnjom: „Država treba da utiče na svaki vid ljudskog života tako što će staviti pod direktnu kontrolu ne samo ekonomiju, već i obrazovanje, kulturu, veru, porodični život...“, saglasno je nažalost više od trećine ispitanika (37,7%). Četvrtina je neodlučna (24,4%), a tek 37,9% građana se ne slaže.

Ipak, da je **demokratski sistem** vladavine, bez obzira na brojna nezadovoljstva trenutnim stanjem u Srbiji, i dalje **legitiman**, potvrđuje relativno-većinska opredeljenost (41%) za stanovište da je „demokratija (je) bolja od svih drugih oblika vladavine“. Druge opcije odgovora bile su: b) „... i demokratski i nedemokratski režim su isti“ (20,4% saglasnosti), kao i mogućnost c) da „u nekim slučajevima nedemokratska vlada može biti bolja od demokratske“ (16,4% saglasnih). Nije moglo da se opredeli ni za jedno ponuđeno mišljenje 22% ispitanika (Komšić 2010, 349).

⁸⁶ O tome opširnije: J. Komšić, „Paradoksi tranzicione države i demokratije u Srbiji“, u: M. Podunavac ur., Država i demokratija, Beograd: Službeni glasnik, FPN, 2010, str. 341-350.

⁸⁷ Milton Fridman to kaže na ovaj način: „Za slobodna čovjeka zemlja je zbroj pojedinaca koji je čine, a ne nešto povrh i mimo njih... Ali on vlast smatra sredstvom, posredovateljem, a ne udjeliteljem milosti i darova, niti gospodarom ili bogom kojeg se slijepo obožava i služi...“, M. Friedman, Kapitalizam i sloboda, Zagreb: Globus, Školska knjiga, 1992, str. 13.

⁸⁸ Isto

CENTRALISTIČKI SINDROM

Mišljenje partijskih pristalica o problemima decentralizacije

Budući da se, kao standardni indikator (de)centralističke orijentacije, u istraživanjima uzima odnos prema tvrdnji: „Nema ekonomskog napretka bez jake centralne vlasti“, uporedićemo odgovore partijskih pristalica iz 2001. i 2003. godine koje su zabeležili istraživači Instituta društvenih nauka u Beogradu (Tabela 2).

Tabela 2: Stav prema centralizaciji zavisno od izborne orijentacije ispitanika

Godina istraživanja	Saglasnost sa tvrdnjom: „Nema ekonomskog napretka bez jake centralne vlasti“			
	Da (u %)		Ne (u %)	
	2001.	2003.	2001.	2003.
DS	30	30	57	55
DSS	53	57	29	19
G17 PLUS		46		39
SPS	76	70	9	13
SRS	77	70	13	11

Napomena: Podaci za 2001. uzeti su iz teksta D. Pantića (Pantić, 2002: 107), a za 2003. dobijeni su sekundarnom analizom nalaza CPIJM, iz juna 2003. (Posredi je uzorak za čitavu teritoriju Srbije bez Kosova i Metohije).

Premda je bilo moguće zapaziti blago opadanje podrške državnom centralizmu, ipak je i početak demokratskih reformi, pokrenutih dolaskom Demokratske opozicije Srbije (DOS) na vlast, nakon oktobra 2000. godine, obeležio stabilizovan visok nivo etatičko-centralističke orijentacije građana Srbije. Izraziti centralistički sindrom, bio je „svojina“ pristalica SRS i SPS i za nekoliko procenata nadmašio je dvotrećinski skor (70%). Sledile su pristalice DSS, kod kojih je bio uočljiv rast apsolutno većinske podrške centralizmu (57% u 2003. prema 53% u 2001.). Zanimljivo je da su i pristalice G17 Plus davale relativno većinsku podršku takvoj politici (46% za, i 39% protiv). Jedino su pristalice DS apsolutno većinski odbacile navedenu tvrdnju, ranije sa 57% prema 30%, a danas sa 55% prema 30%.

U kontekstu predloga o decentralizaciji Republike (2002-2003. godine), od kojih je jedan bio za ustavno definisanje Srbije kao regionalizovane države (predlog DSS), a drugi za ustavno garantovanje mogućnosti formiranja oblasti (predlog DS), Tabela 3 pokazala je sledeće:

Tabela 3: Opredeljenje za regione ili oblasti u Srbiji zavisno od izborne orijentacije ispitanika (u %)

Izborna orijentacija:	Za regione	Za oblasti	Drugo	Ne zna
DS	48	25	1	25
DSS	44	22	2	30
G17 PLUS	49	31	1	17
SPS	36	15	6	41
SRS	35	23	11	29
Ukupna populacija	40	24	2	33

Napomena: Podaci su dobijeni istraživanjem CPIJM IDN, Beograd, u junu 2003.

Evidentno je, dakle, da stranačke pristalice, pre svega DS i DSS, ili nisu dovoljno raspoznale karakter predloga koji su bili u opticaju, ili nisu sledili u punoj meri stanovišta svojih partijskih rukovodstava.

U svakom slučaju, kao i u ukupnom uzorku ispitanika (Srbija bez KiM), i među pristalicama svih analiziranih partija preovladavalo je relativno većinsko raspoloženje za regionalizaciju države (od 35% pristalica SRS, do 49% pristalica G17 Plus), a potom je sledila opcija formiranja oblasti (od 15% pristalica SPS, do 31% pristalica G17 Plus). Neobično je, takođe, što je čak 30% pristalica DSS ostalo neodlučno, bez obzira na široko obznanjen koncept DSS o regionalizaciji države u budućem ustavu Srbije.

Kakvo je bilo mišljenje partijskih pristalica o najboljem statusu za Vojvodinu pokazuje sledeća tabela (Tabela 4).

Tabela 4: Mišljenje o statusu Vojvodine zavisno od izborne orijentacije ispitanika (u %)

Izborna orijentacija:	Ukinuti autonomiju	Za status quo	Proširiti autonomiju	Dati status republike	Ne zna
DS	4	56	29	7	4
DSS	17	62	13	2	4
G17 PLUS	7	48	31	9	3
SPS	13	72	7	5	3
SRS	47	31	10	8	4
LSV		8	58	33	
SVM	14		42	42	
Ukupna populacija	10.5	52.3	21.6	6.8	8.0

Napomena: Podaci su iz istraživanja CPIJM, iz juna 2003.

Prvi utisak je da su pre deset godina partijske pristalice bile značajno podeljene u mišljenjima o poželjnom statusu Vojvodine u novom Ustavu Srbije. Najveći protivnici bilo kakve autonomije bile su pristalice Radikala, od kojih je skoro polovina za ukidanje (47%). S druge strane, najviše su za *status quo* bile pristalice Socijalista (72%). U meri u kojoj ne iznenađuje podatak da su odmah iza socijalista sledile pristalice DSS (62%), manje očekivan je (u odnosu na programsko-političke pozicije DS) bio podatak da se 56% pristalica DS opredelilo za tadašnji status vojvođanske autonomije (prema tzv. Miloševićevom Ustavu iz 1990. godine), a tek 29% za proširenje autonomnih nadležnosti.

Ipak, ove odgovore partijskih pristalica prevashodno smo imali razloga da komentarišemo zbog manjih ili većih nesaglasnosti sa programom i efektivnim partijskim odnosom prema autonomiji Vojvodine. Recimo, bez obzira na programsku negaciju smisla svake autonomije, skoro trećina radikalskih pristalica (31%) mislila je da je tadašnji status Vojvodine poželjan. Među pristalicama DSS, takođe smo uočili zapažena odstupanja (13% za proširenje autonomije), kao i kod pristalica SPS (7% za proširenje autonomije i 5% za davanje statusa republike). Najzad, 58% pristalica LSV, koja se 1999. opredelila za Vojvodinu-Republiku, iskazalo je privrženost staroj opciji proširenja autonomije, a samo 33% pristalica ove partije mislilo je da Vojvodina treba da postane republika. Indikativan je i skor od 14% pristalica SVM koje su za ukidanje autonomije Vojvodine, ali i ravnomerna podela ove grupacije na pristalice proširene autonomije ili republike (42% : 42%). Najzad, pristalice najmlađe stranke, G17 Plus, relativno većinski su se opredelile za *status quo* (48%), a, uzeto zajedno, za proširenje autonomije ili republiku, odlučilo se njih 40% (Komšić 2005, 80-84).

Bilo kako bilo, izgleda da su s početka protekle decenije, valorizujući vojvođansku autonomiju, politički zainteresovani građani posedovali veće kapacitete za kompromise i institucionalizaciju pluralnih identiteta od samih stranačkih elita.

Nalazi CeSID-a iz marta 2006.

Prema već pomenutom istraživanju CeSID-a, s proleća 2006. godine, relativno-većinski korpus istomišljenika (45,1%), saglasnih sa tezom da je „država najefikasnija kad ima jedan centar koji donosi zakone i samo jednu vladu“, shvatili smo kao indikaciju najmanje tri činjenice. Prva je da frustracije neslavnim raspadima složenih (kon-federalnih) država (SFRJ; SRJ i Državne zajednice SCG) i dalje imaju snažan upliv u ocene postojećeg i projektovanje poželjnog poretka. Druga je da, iz tog ugla gledano, posve logično deluje potraga za kakvom-takvom bezbednijom i trajnijom alternativom, a to bi navodno trebalo biti čvršće, centralističko ustrojstvo tzv. proste države. Najzad, treća stvar na koju nas upućuje centralistički sindrom najvećeg segmenta populacije, jeste potvrda davne Tokvilove (Alexis de Tocqueville) ocene kako „samo oni narodi koji imaju malo ili nimalo pokrajinskih institucija poriču njihovu korisnost; to će reći da samo oni koji stvar ne poznaju, o njoj loše govore...“ (Tokvil, 1990: 79, 85-87; kurziv J. K.). Pored navedenih privrženika centralizma, upadljiv je i procenat neodlučnih (29,7%), a nije baš zanemarljiva ni četvrtina (25,2%) onih koji nisu zavedeni idejom jedinstva, jednostavnosti i efikasnosti bez razdeobe moći po vertikali organizacije vlasti.

Još uverljiviji indikator odsustva pravog decentralističkog, demokratskog iskustva jeste i natpolovično protivljenje (58,9%) ispitanika tezi da „novim ustavom Srbije treba dozvoliti mogućnost formiranja novih pokrajina u Srbiji“. Sa navedenom tvrdnjom slaže se 14,5%, a neodlučno je 26,6% ispitanika. S druge strane, znamo da su se relevantne političke partije kompromisno saglasile da u novom ustavu Srbije, donetom u jesen 2006. godine, bude predviđena mogućnost osnivanja novih autonomnih pokrajina (Član 182).

U odnosu na prethodno pomenutu četvrtinu građana, koji nisu za svekoliki hijerarhizovani „monopol fizičke prinude“, odgovori na sledeće pitanje upućuju na veći procenat građana koji shvataju kako je pravo jedinstvo ono koje legitimno i institucionalno obezbeđuje jedinstvo u razlikama posredstvom teritorijalnih autonomija. U tom smislu, sa tvrdnjom: „Postojanje autonomnih pokrajina podrija jedinstvo države i njen suverenitet“, nije bilo saglasno 36,1% ispitanika. Takođe, podatak da je sa pomenutom tvrdnjom bilo saglasno 31,5%, a neodlučno 32,3% ispitanika uverljivo potvrđuje da su na konkretnijem nivou institucionalne operacionalizacije decentralističkih projekata mišljenja ravnomerno podeljena (na tri trećine).

Skoro isti rasep uočljiv je i u odgovoru na tvrdnju: „Autonomnoj pokrajini Vojvodini treba novim ustavom Srbije dati prava na donošenje pokrajinskih zakona“. Složila se trećina (33%), neodlučna je bila druga trećina (33%), a protivila se treća trećina (33,9%).

Najmanja razilaženja prisutna su u proceni građana da decentralizacija treba da bude sprovedena pre svega povećanjem stepena lokalne samouprave opština i gradova. Takva raspoloženja registrovana su u Srbiji i početkom prošle decenije (Komšić, Slavujević, Pantić 2003, 56, 71),⁸⁹ kao i početkom ove, druge decenije 21. veka.

RASPOLOŽENJA GRAĐANA SRBIJE IZ 2011.

Jedno od najnovijih istraživanja (juli 2011), čiji je naručilac bila Kancelarija vladinog Nacionalnog saveta za decentralizaciju Republike Srbije, takođe potvrđuje da je najmanje sporna ideja da „Srbiju treba decentralizovati samo jačanjem opština i gradova“. Da je to prihvatljivo smatra 45% ispitanika; 12% misli da je neprihvatljivo, a 43% je neodlučno ili ne zna.⁹⁰ Ostali modaliteti

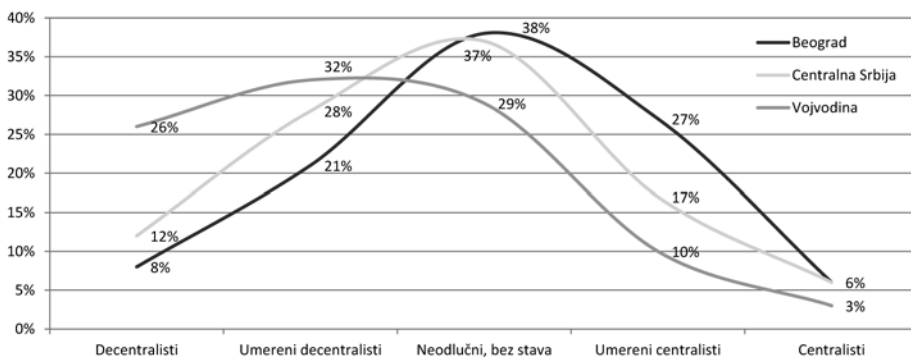
⁸⁹ 2003. godine, približno dve trećine ispitanika kritički je ocenilo preteranu centralizaciju vlasti u Srbiji. Naime, u odgovoru na pitanje: „Da li se slažete sa stavom da je vlast isuviše centralizovana u republici i da Ustavom treba dati veća prava opštinama i gradovima (lokalnoj samoupravi)“ 63,3% složilo se sa navedenim stavom i opredelilo se za proširenje nadležnosti lokalne samouprave. Tome se protivilo samo 12,2% ispitanika, a neodlučno je bilo oko četvrtine (24,4%). Reč je o nalazima CPIJM, IDN, Beograd, iz juna 2003. godine.

⁹⁰ Vidi: Decentralizator, br. 10, Kancelarija Nacionalnog saveta za decentralizaciju Republike Srbije, Beograd, 2011, str. 19.

prihvatljivosti decentralizacije, koji su pored jačanja opština i gradova, podrazumevali i određene vidove *institucionalne regionalizacije Srbije*, odnosno uvođenje regiona sa nižim, istim ili višim statusom i ovlašćenjima u odnosu na status i ovlašćenja AP Vojvodine, pokazali su da je manje od četvrtine ispitanika saglasno sa njima (23%; 23%; 15%). S druge strane, neslaganje sa ovim modusima regionalizacije pokazalo je nešto više ispitanika (26%; 29%; 37%). Najviše ispitanika je, kao i prilikom ranijih sličnih propitivanja, pokazalo neodlučnost (51%; 48%; 48%).

Dakle, bez obzira na mogući sintetički rezime čitavog istraživanja, koji se svodi na ocenu da „postoji socijalni kapital za decentralizaciju“, belodana je polarizacija građana Srbije u ocenjivanju prihvatljivosti uvođenja regiona, zatim, rast neslaganja sa modalitetima koji su uključivali veće nadležnosti regiona, kao i visok stepen neodlučnosti u proceni da li treba ili ne treba da se vrši dalja decentralizacija. Naime, 17% ispitanika smatra da je prihvatljivo stanovište da ne treba dalje decentralizovati Srbiju; 44% nije saglasno sa takvim odbacivanjem potrebe za decentralizacijom, a čak 39% ne zna šta da kaže. Naročito je zanimljiv sledeći sintetički pokazatelj (de)centralističkih raspoloženja u Srbiji, iskazan prema regionalnoj pripadnosti (Grafikon 1):

Grafikon 1: Regionalna pripadnost i odnos prema decentralizaciji⁹¹



Ovaj grafikon, pored ostalog, pokazuje da su među Vojvođanima većinski prisutna decentralistička raspoloženja (decentralisti 26% + umereni decentralisti 32% = 58%). U Centralnoj Srbiji je prisutno relativno većinsko raspoloženje za decentralizaciju (12% + 28% = 40%). Najmanji stepen decentralističke orijentacije je u Beogradu (8% + 21% = 29%), što ipak ne bi trebalo da čudi, s obzirom na moguće strahove Beograđana od eventualne redistribucije resursa, koja bi regionalizacijom države dovela u pitanje leadersku poziciju metropole u pogledu *per capita* dohotka i drugih ekonomsko-finansijskih i socijalnih pokazatelja.

Vraćajući se, nakon skice ključnih raspoloženja građana Srbije, idejama stranaka, uverenjima njihovih lidera, kao i mogućim interesnim kalkulatorikama, zaključnu pažnju posvećujemo perspektivama regionalizacije u svetlu mogućih postizbornih koalicija.

PERSPEKTIVE

Budući da smo saglasni sa Goatijevom ocenom da će osnovni rascep u izbornoj utakmici 2011. godine biti u odnosu stranaka prema EU,⁹² u analitičku shemu: **stranke-programi-koalicije-reforme** (Tabela 5), u vertikalnoj koloni uneli smo relevantne (parlamentarne) stranke, a u horizontalnoj ravni prvo smo propitali partijski odnos prema regionalizmu (tip regionalizacije),

⁹¹ Izvor: Izveštaj o istraživanju javnog mnjenja: „Decentralizacija i regionalizacija Srbije iz ugla građana“, CeSID, Kancelarija Nacionalnog saveta za decentralizaciju, Republika Srbija, Beograd, jul 2011, strana 38.

⁹² Vidi: Blic, Beograd, 28. novembar 2011, str. 3.

da bismo potom u zavisnosti od varijanti mogućih postizbornih koalicionih savezništava, iskazivali: a) odnos prema kandidaturi Srbije za EU; b) ustavnim promenama; c) statusu AP Vojvodine, i d) tipu regionalizacije Srbije. Dobili smo mapu sa nizom mogućih (verovatnih i manje verovatnih) i nemogućih ishoda.

Tabela 5: Moguće postizborne koalicije na vlasti i perspektive institucionalne regionalizacije u Srbiji 2012-2016

Stranke	Programi		Koalicije	Reforme			
	Odnos prema regionalizmu	Tip regionalizma		EU kandidatura	Novi ustav	Status APV	Tip regionalizma
DS	Neodređen	Neodređen	DS-SPS-LSV-SDPS-LDP-URS	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrična
DS	Neodređen	Neodređen	DS-SNS	DA	???	Statut APV	???
SPS	Neodređen	Neodređen – Funkcionalni	DS-SPS	DA	DA	Statut APV +	Devolucija
SPS	Neodređen	Neodređen - Funkcionalni	SNS-SPS	DA	???	Statut APV	???
SDPS	ZA	Funkcionalni	DS-SDPS	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrija
SDPS	ZA	Funkcionalni	SNS-SDPS	DA	???	Statut APV	Devolucija - asimetrija
URS	ZA	Politički	DS-URS	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrična
URS	ZA	Politički	SNS-URS	DA	???	Statut APV	Devolucija - asimetrična
LDP	ZA	Politički	DS-LDP	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrična
SNS	Neodređen	Neodređen - Funkcionalni	SNS-NS-DSS	NE	NE	???	???
SNS	Neodređen	Neodređen - Funkcionalni	SNS-NS-SPS-URS	DA	NE	Statut APV	???
DSS	ZA	Funkcionalni	SNS-NS-DSS-SPS-URS	NE	NE	Statut APV	???
SVM	ZA	Politički + Etnički	DS-SPS-SVM-LSV-LDP...	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrična
SVM	ZA	Politički + Etnički	SNS-NS-SPS-SVM-URS...	???	NE	Statut APV	Devolucija – asimetrična – etnički (sub)region
LSV	ZA	Politički	DS-LSV-SDPS-URS-SVM-SPS	DA	DA	Statut APV +	Devolucija - asimetrična

Zapitajmo se, na kraju: šta će, nakon majskih izbora, za političku klasu Srbije biti najvažnije; u kom smeru će politički putokazi biti okrenuti; koga će političari u Srbiji slušati, odnosno, šta će preferirati u kompleksnom korpusu razmišljanja, koji se krije iza naoko neprotivrečnog značenja reči *vox populi*? Šta će biti prioriteti buduće vladajuće koalicije u parlamentu? Da li će na dnevni

red dospeti strategija regionalizacije države i promena ustava i da li će biti moguće obezbediti podršku takvim inicijativama? Ili će se vladajući akteri opredeliti za prostu reprodukciju dosadašnje politike, što znači za centralizam i komandno-administrativnu logiku, zahvaljujući lagodnoj, manje-više demagoškoj mogućnosti podgrevanja i kapitalizacije strahova među demokratski nedovoljno iskusnom populacijom?

Izgleda da su, za sada, „u igri“ sve navedene opcije. Ako prevagne težnja za konsolidacijom liberalne demokratije posredstvom decentralističkih institucionalnih aranžmana, tada se, uz referentna uporišta u raspoloženjima građana, moraju regenerisati zakržljali kapaciteti samoograničavanja elita vlasti, uvećati kreativnost, sposobnost saradnje i smelost da se preuzme odgovornost na svim nivoima upravljanja?

Za sve ovo biće nužan sticaj još dve bitne (interne i eksterne) okolnosti. Prva bi bila održavanje stabilnog trenda proevropskih raspoloženja građana Srbije, a druga šansa zavisi od ekonomsko-političke stabilnosti, računica političkih elita i raspoloženja građana u spoljašnjem (EU) okruženju.

Komplikovano, neizvesno, ali, ipak, nije nemoguće. Zato ne treba gubiti nadu.

LITERATURA

Birdo, Žorž (1971) Politička znanost i sociologija i politička znanost i psihologija, u: Adolf Bibič, Pavle Novosel Ur., Politička znanost-predmet i suština; Politička znanost-metode, Zagreb: Naprijed.

Friedman, Milton (1992) Kapitalizam i sloboda, Zagreb: Globus, Školska knjiga.

Hague, Rod. Harrop, Martin. Breslin, Shaun (2001) Komparativna vladavina i politika. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Keating, Michael (2007) Federalism and Balance of Power in European States, Paris: SIGMA, OECD, <http://www.sigmaweb.org/dataoecd/40/30/39875366.pdf>, pristupljeno 05. 11. 2011.

Kelzen, Hans (1998) Opšta teorija prava i države, Beograd: Pravni fakultet Univerziteta u Beogradu.

Komšić, Jovan (2000) Teorije o političkim sistemima, Beograd: Institut društvenih nauka.

Komšić Jovan, Pantić Dragomir, Slavujević Đ. Zoran (2003) Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisanja u Srbiji, Beograd: Friedrich Ebert Stiftung, Institut društvenih nauka.

Komšić, Jovan (2005) Identitet(i) Vojvođana u procesu tranzicije u Srbiji, u: Stanka Parać Damjanović Ur., Ogledi o regionalizaciji 2. Subotica: Centar – Agencija lokalne demokratije.

Komšić, Jovan (2006) Dileme demokratske nacije i autonomije – ogledi o političkoj tranziciji u Srbiji, Beograd: Službeni glasnik, Novi Sad: PHILIA.

Komšić, Jovan (2007) Principi evropskog regionalizma – Principles of European Regionalism. Novi Sad: PHILIA.

Komšić, Jovan (2010) Paradoksi tranzicije države i demokratije u Srbiji, u: Milan Podunavac Ur., Država i demokratija, Beograd: Službeni glasnik, FPN.

Komšić, Jovan (2011) Dve decenije potraga za identitetom – partijski programi u postkomunističkoj Srbiji, u: Slaviša Orlović Ur., Partije i izbori u Srbiji – 20 godina. Fiedrich Ebert Stiftung, Fakultet političkih nauka – Centar za demokratiju.

Marcou, Gerard (1998) Regionalisation and its effects on local self-government. Report by the CDLR prepared with the collaboration of Professor Gerard Marcou. Strasbourg: Council of Europe Publishing,

<https://wcd.coe.int/com.instranet.InstraServlet?Index=no&command=com.instranet.CmdBlobGet&nstranetImage=1163695&SecMode=1&DocId=1348910&Usage=2>, pristupljeno 29. 01. 2012.

Slavujević, Đ. Zoran i Mihailović, Srećko (1999) Dva ogleda o legitimitetu, Beograd: Institut društvenih nauka.

Tokvil, Aleksis (1990) O demokratiji u Americi. Sremski Karlovci: Izdavačka knjižarnica Zorana Stojanovića. Titograd: CIID.

Van Cauwenberghe, Jean-Claude (2007) Study on the current situation concerning regionalisation and the prospects for developing regional self-government in Council of Europe member states, The Congress of Local and Regional Authorities, Chamber of Regions, 14th Plenary session, CPR(14)6REPADD, 15 May 2007. <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=CPR%2814%296REPADD&Language=lanEnglish&Ver=original&Site=Congress&BackColorInternet=e0cee1&BackColorIntranet=e0cee1&BackColorLogged=FFC679>, pristupljeno 28. 10. 2011.

EVROSKEPTICIZAM KAO ČINILAC IZBORNOG OPREDELJENJA⁹³

SAŽETAK

U ovom radu se najpre daje pregled porasta evroskepticizma u Srbiji, kako u javnom mnenju, tako i u stavovima političkih stranaka. Prema većini istraživanja, danas evroskeptici čine više od trećine naših birača. Ipak, koliki će uticaj izvršiti neko stanovište na glasanje zavisi od značaja tog stava za birače, od njegove emocionalne dubine i ideacione centralnosti. Autor smatra da negativni stav prema EU nije odlučujući za većinu od 38 posto birača koji su protiv ulaska Srbije u EU. To znači da evroskeptičke partije ipak ne bi mogle automatski da računaju na toliki udeo u glasovima na narednim izborima. Naime, mnogi od tih birača su tek srazmerno nedavno došli na evroskeptičko stanovište, te ono nije imalo dovoljno vremena da se kod njih utvrdi. Takođe, izborna privlačnost evroskeptičkog stanovišta zavisice i od veštine i načina na koji evroskeptičke stranke – DSS, SRS i Dveri – na predstojećim izborima budu zastupale ovu poziciju.

Ključne reči: regionalna integracija, demokratija, suverenitet, elite, nacionalni identitet

U Srbiji je, u poslednje vreme, zabeležen snažan porast evroskepticizma.⁹⁴ On je došao kao učinak tri važna činioca. Prvi je priznanje secesije Kosova (2008) od strane većine zemalja EU. Drugi je javno stavljanje do znanja Beogradu da je uslov daljeg priključenja Srbije EU faktičko priznanje kosovske secesije (2011). Treći je duboka ekonomska kriza u Grčkoj i drugim zemljama evro-zone, koja narušava idiličnu sliku o EU. Porast evroskepticizma uočava se, ne samo u javnom mnenju Srbije, već i u stavovima političkih stranaka, u publicistici namenjenoj široj publici, kao i u naučnoj publicistici (opširnije: Antonić, 2012).

Prema istraživanjima javnog mnenja u Srbiji, podrška ulasku u EU spala je sa 75%, kolika je bila u aprilu 2008, na 52%, koliko je iznosila u avgustu 2011. (B92, 2011). Nakon toga, odluka Brisela da ne dodeli status kandidata Srbiji (9. decembra 2011) srozala je podršku ulasku u EU, prema nekim istraživanjima, na samo 28% (Žigić, 2011). Istina, vladina Kancelarija za evropske integracije je, u svom izveštaju, utvrdila da je, između kraja septembra i kraja decembra 2011, podrška ulasku u EU čak porasla sa 46 na 51% (KEI, 2012: 4): Ali, imajući u vidu izrazito negativne reakcije javnosti u Srbiji na odbijanje Brisela, 9. decembra 2011, da dodeli Srbiji kandidaturu, takav istraživački nalaz za taj trenutak mi se ne čini osobito kredibilnim.

U ovom radu ću analizirati podatke iz istraživanja javnog mnenja koje je uradio istraživački tim NSPM (Vukadinović i sar., 2011). Fokus će mi biti terensko istraživanje rađeno između 1. i 10. oktobra 2011, na reprezentativnom uzorku (teritorija Srbije, bez Kosova), od 1.200 ispitanika. Ipak, osvrtaću se i na druga istraživanja istog tima, između oktobra 2007. i decembra 2011.

⁹³ Ovaj članak je deo rezultata piščevog rada na projektu „Izazovi nove društvene integracije u Srbiji: koncepti i akteri“, br. 179035, koji se radi na Institutu za sociološka istraživanja Filozofskog fakulteta u Beogradu, uz novčanu pomoć Ministarstva za nauku Republike Srbije.

⁹⁴ Tri glavna pojma, koja su vezana za odnos prema EU, koristim u sledećim specifičnim značenjima (u pitanju su nominalističke, ne esencijalističke definicije). *Evroentuzijizam* je zalaganje za to da Srbija uđe u EU, odnosno eksplicitan ili implicitan stav da je integracija Srbije u EU poželjan i neizbežan proces (tj. proces koji nema alternativu). *Evroskepticizam* je zalaganje za to da Srbija ne uđe u EU, odnosno eksplicitan ili implicitan stav da je integracija Srbije u EU nepoželjan proces koji može biti izbegnut (tj. proces koji ima alternativu). *Evrorealizam* je stanovište koje može biti za ili protiv priključenja Srbije EU, ali koje naglašava tvrdnju da postoje ozbiljne prepreke priključenju Srbije EU, što uspeh tog procesa čine krajnje neizvesnim ili čak malo verovatnim.

Najpre, niz NSPM istraživanja pokazuje da se udeo evroskeptika u biračkom telu 2007-2011. gotovo udvostručio – sa 21,6 na 37,9% (tabela 1). I u drugim zemljama, među kandidatima za EU ili članovima Unije, zabeležen je porast evroskepticizma (Todorović, 2010). U zemljama EU petnaestorke, na jednog evroskeptika je, 1990, dolazilo deset evrofila, a 2004. svega tri (Marković, 2005: 57). Ipak, kao što pokazuju navedeni podaci, u Srbiji je porast evroskepticizma bio dramatično brz, i doveo da se, za samo četiri godine, udeo skeptika prema ućlanjenju u Uniju udvostruči.

Tabela 1: Porast evroskepticizma u Srbiji 2007-2011. (u %)

Da li ste za ulazak Srbije u EU?	Da	Ne	Nema stav	Ukupno
oktobar 2007.	71,55	21,26	7,20	100
decembar 2007.	66,96	25,79	7,25	100
februar 2008.	67,23	22,81	9,97	100
april 2008.	63,89	22,44	13,67	100
jun 2008.	73,51	18,79	7,69	100
oktobar 2009.	66,86	22,32	10,82	100
april 2010.	70,30	15,80	13,90	100
jul 2010.	65,95	24,44	9,61	100
oktobar 2010.	62,10	26,00	11,90	100
maj 2011.	62,80	29,60	7,60	100
jun 2011.	60,80	29,60	9,60	100
avgust 2011.	55,30	29,90	14,80	100
oktobar 2011.	47,40	37,50	15,10	100
decembar 2011.	46,50	37,90	15,60	100

Izvor: Vukadinović i sar., 2011.

Tabela 2: EU kao neprijateljska sila (u %)

Koju od sledećih država/zajednica smatrate pretežno prijateljskom, a koju pretežno neprijateljskom?	prijateljska	neprijateljska	ne znam / nemam stav	Ukupno
Grčka	85,00	4,80	10,20	100
Kina	82,60	4,10	13,30	100
Rusija	82,00	5,10	12,90	100
Nesvrstani	58,20	7,90	33,90	100
EU	27,70	42,10	30,20	100
Nemačka	20,70	55,70	23,60	100
Hrvatska	11,60	70,70	17,70	100
Velika Britanija	11,50	65,90	22,60	100
SAD	10,80	70,80	18,40	100

Izvor: Vukadinović i sar., 2011. (oktobar 2011)

U osnovi, većina građana je, čak, i pre negativne odluke Brisela iz decembra 2011, doživljavala EU kao neprijateljsku silu. Naime, u vreme kada je za ulazak u EU bilo 47,4% građana (oktobar 2011; protiv je bilo 37,5%, nije znalo odgovor 15,1%), čak 42,1 posto njih smatralo je da je EU neprijateljska formacija (prijateljska 27,7 posto, ne zna 30,2 posto; tabela 2). Bilo je, dakle, mnogo više onih koji su bili za ulazak u EU (47,4%), nego onih koji su mislili da je EU prijateljska prema Srbiji (27,7%). To znači da je čak i deo onih koji nisu bili sigurni da li je EU prijatelj Srbiji ili ne, i dalje bio za ulazak u Uniju.

Takođe, u javnom mnenju Srbije bio je, a i sada je, izrazito većinski stav da, ukoliko je uslov za kandidaturu za EU prestanak podrške Srbima na Severu Kosova, taj uslov bi trebalo odbiti (75,5%, a svega 9,2% da bi ga trebalo prihvatiti; tabela 3). Ne treba zaboraviti da je, 23. avgusta 2011, nemačka kancelarka Angela Merkel izjavila da Srbija ne može da računa na dobijanje statusa kandidata sve dotle dok ne „ukine paralelne strukture na severu Kosova“ (Izjava, 2011). To je u delu javnog mnjenja Srbije shvaćeno kao nalog da se Srbija povuče sa poslednjeg dela Kosova nad kojim još ima neku kontrolu, odnosno kao odbijanje Brisela da prihvati kandidaturu Srbije za člana EU, sve dok se Sever Kosova, pretežno naseljen Srbima, ne potčini Prištini. Decembarsko odbijanje kandidature Beograda značilo je stoga i okretanje dodatnih „ambivalentnih“ Srba protiv Brisela, odnosno jasno poimanje da Brisel široko koristi „politiku uslovljavanja“ kako bi od kandidata za članstvo dobio što više ustupaka (Todorović, 2011).

Tabela 3: EU i Sever Kosova (u %)

Ukoliko bi uslov za kandidaturu za EU bio prestanak podrške Srbima na Severu Kosova, da li mislite da bi taj uslov trebalo prihvatiti?	
Da	9,20
Ne	75,50
ne znam/nemam stav	15,30
Ukupno	100,00

Izvor: Vukadinović i sar., 2011. (oktobar 2011)

Uz to, treba imati u vidu i da dvostruko više građana Srbije odbija tvrdnju da zahteve EU treba ispunjavati u potpunosti („jer EU nema alternativu“), nego što je prihvata – 59,9% naspram 31,1% (tabela 4). Isto tako, većina ispitanika – istina tanka, ali ipak većina (45,4% naspram 43,2%) – smatra da bi „od eventualnog članstva u EU Srbija imala više štete nego koristi“ (tabela 4).

Tabela 4: Ima li EU alternativu i šteta od EU (u %)

Šta mislite o sledećoj tvrdnji: „Zahteve i uslove EU treba ispunjavati u potpunosti, jer Srbija nema drugu alternativu sem ulaska u EU“			Šta mislite o sledećoj tvrdnji: „Od eventualnog članstva u EU Srbija bi imala više štete nego koristi“		
da, u potpunosti se slažem	9,4%	DA 31,1%	da, u potpunosti se slažem	23,3%	DA 45,4%
da, uglavnom se slažem	21,7%		da, uglavnom se slažem	22,1%	
ne, uglavnom se ne slažem	24,4%	NE 59,9%	ne, uglavnom se ne slažem	24,6%	NE 43,2%
ne, uopšte se ne slažem	35,5%		ne, uopšte se ne slažem	18,6%	
nema stav/bez odgovora	9,0 %		nema stav/bez odgovora	11,4%	
Ukupno	100,0%		Ukupno	100,0%	

Izvor: Vukadinović i sar., 2011. (oktobar 2011)

Porast evroskepticizma u Srbiji bio je praćen i porastom neprijateljskog stava opozicionih stranaka prema Briselu. Još 2009, kao što je to s čuđenjem zapazio Vukadinović (2009), u srpskom parlamentu je bilo stranaka koje su se otvoreno zalagale da Srbija prizna secesiju Kosova ili pak onih koje su Ustavu Srbije odricale legitimnost. Ali, nije bilo stranaka, čak ni među najžešćom opozicijom, koje bi se otvoreno protivile ulasku Srbije u EU. Čak ni Srpska radikalna stranka (sa 57 poslanika, u parlamentu od 250 mesta), koja je docnije postala najoštrij protivnik Unije, nije tada načelno imala ništa protiv pristupa Srbije u EU – jedino je želela da se to obavi „na dostojanstven način“. Danas pak otvoreno evroskeptička Demokratska stranka Srbije (sa 20 poslanika), sve do sredine 2011. godine, smatrala je da Srbija treba da uđe u EU. Jedino što je DSS tražio bilo je da se prethodno „razjasnimo sa našim evropskim prijateljima oko toga u kojim granicama vide i priznaju Srbiju“.

Ovakav stav opozicionih partija bio je uglavnom posledica istraživanja javnog mnjenja koja su pokazivala malo evroskepticizma kod građana. Ne želeći da idu protiv većinskog javnog mnjenja, političari su izbegavali da se otvoreno izjasne kao evroskeptici. Sa druge strane, pošto je evroentuzijazam bio jedini stav prisutan na javnoj sceni, većina građana se po inerciji i dalje izjašnjavala za ulazak u EU. Tako je stvoren osobeni *circulus vitiosus*, koje je praktično razvrgnut tek u 2011. kada su SRS i DSS otvoreno prešli na evroskeptičke pozicije.

Tada je, od parlamentarnih partija, u evroskepticizmu najdalje otišla Srpska radikalna stranka. Ova partija je, 4. avgusta 2011, zatražila da se smesta „prekine proces kandidovanja Srbije za ulazak u Evropsku uniju“, 12. oktobra 2011. je izvela sve svoje poslanike ispred zgrade Predsedništva Srbije, na demonstracije protiv „kandidovanja države za članstvo u Evropskoj uniji“, a 9. decembra 2011. poslanici ove stranke su, takođe ispred Predsedništva Srbije, demonstrativno spalili zastavu EU.

Sa druge strane, Demokratska stranka Srbije, sve do 2008, bila je u taboru probriselskih i evroentuzijastičkih partija. Međutim, kada je većina zemalja EU priznala secesiju Kosova (februar-maj 2008), DSS je prestao da se zalaže za brzi ulazak Srbije u Uniju, prešavši na evrorealističku poziciju. Čelnici ove stranke su prognozirali da će Brisel veoma brzo, kao uslov za dalju evrointegraciju Srbije, istaći faktičko priznanje secesije/nezavisnosti Kosova, što će zaustaviti sve integrativne procese. To se, po njima, i desilo kada je, 23. avgusta 2011, nemačka kancelarka Angela Merkel rekla da Srbija ne može da računa na dobijanje statusa kandidata sve dotle dok ne „ukine paralelne strukture na severu Kosova“ (Izjava, 2011). To je DSS protumačio kao otvoreni zahtev da Srbija pristane na secesiju Kosova.

Predsednik DSS, Vojislav Koštunica, stoga je, u drugoj polovini 2011, napravio zaokret i javno optužio EU da „zloupotrebljava poverenje Srbije“ i da „na Srbiju ne gleda kao na partnera, već kao na državu kojoj treba oteti deo teritorije“ (Koštunica, 2011). Konačno, 4. decembra 2011, **Koštunica je održao govor koji su analitičari protumačili kao „prvu javnu, jasnu i nedvosmisleno programsku deklaraciju da se DSS više ne zalaže za bilo kakvu vrstu zvanično-integrativnog procesa prema Evropskoj uniji“** (Pavić, 2011). „Naš cilj, dakle, više ne treba da bude članstvo Srbije u EU“, rekao je tada Koštunica, jer se „pitanje učlanjenja Srbije u EU skida sa dnevnog reda“, pa sada „moramo pronaći novi put za Srbiju“. DSS, istina, nije spalio zastavu EU, kao SRS. Ali je, od tada, postao otvoreno neprijateljski prema Briselu i svakom daljem procesu integrisanja Srbije u Uniju.

Treba reći da su sve ostale stranke – uključiv i najjaču opozicionu stranku, Srpsku naprednu stranku (SNS) – i dalje ostale na evroentuzijastičkim pozicijama. Međutim, biračko telo nekih od tih stranaka bilo je mnogo manje naklonjeno evrointegracijama, nego njihova rukovodstva. Ako pogledamo ukrštanje najavljenog glasa na sledećim izborima i odgovora na pitanje „Da li podržavate ulazak Srbije u EU?“ (tabela 5), videćemo da se stranke prema glasačima mogu

podeliti u četiri grupe. U prvu spadaju stranke u kojima ogromnu većinu čine evroentuzijasti: LDP 91,7% i DS 82,5%. U drugu grupu spadaju stranke u kojoj ogromnu većinu čine evroskeptici: SRS 85,7%. Negde u sredini su stranke sa pretežno evroentuzijastičkim glasačima SPS 52,2 i SDP 46,7, kao i stranke sa pretežno evroskeptičkim glasačima DSS 60,5 i SNS 56,2.

Tabela 5: Stranačke pristalice i odnos prema EU (u %)

Da li podržavate ulazak Srbije u EU?				
Stranka	DA	NE	nemam stav	Ukupno
DS (B. Tadić)	82,5	9,1	8,4	100,0
SNS (T. Nikolić)	27,2	56,2	16,6	100,0
SRS (V. Šešelj)	5,7	85,7	8,6	100,0
DSS (V. Koštunica)	25,6	60,5	14,0	100,0
SPS (I. Dačić)	52,2	34,8	13,0	100,0
PUPS (J. Krkobabić)	37,5	50,0	12,5	100,0
JS (D. M. Palma)	30,0	50,0	20,0	100,0
LDP (Č. Jovanović)	91,7	5,6	2,8	100,0
G17+/URS (M. Dinkić)	69,6	13,0	17,3	100,0
SDP (R. Ljajić)	46,7	33,3	20,0	100,0
LSV (N. Čanak)	66,7	33,3	0,0	100,0
Neizjašnjeni	42,5	37,6	19,9	100,0

Izvor: Vukadinović i sar., 2011. (decembar 2011)

Dakle, najveća opoziciona stranka, SNS, po stavu svojih glasača prema EU, bliža je evroskeptičnom DSS-u, nego evroentuzijastičkom DS-u. To je posledica „porekla“ pristaša SNS, koji su ogromnom većinom došli iz stare Srpske radikalne stranke. I dok su prvaci SNS, nakon rascepa, u javnim nastupima odlučno prihvatili orijentaciju ka Briselu, dotle su njihovi obični simpatizeri, po ideološkoj inerciji, nastavili da budu sumnjičavi prema EU. Taj deo biračkog tela se, zapravo, našao u svojevrsnoj tranziciji iz nacionalno-suverenističkog u evro-unionistički tabor (Pavlović i Antonić, 2008: 152-3).

Kakav, u tom svetlu, može da bude uticaj stava birača prema EU na njihovo glasanje na predstojećim izborima? Ono što se najpre mora reći jeste da se birači retko opredeljuju samo na osnovu jednog stava ili jednog interesa. U Srbiji godinama postoji stabilnih 15-20 posto pristalica obnove monarhije, ali kada je Srpski pokret obnove, na izborima 2007, kao jednu od ključnih parola izbacio obnovu monarhije, i po tome bio jedina otvoreno pro-monarhistička stranka na političkoj sceni, dobio je svega 3,3 posto glasova. Takođe, veliki broj građana načelno se slaže da je prirodnu okolinu potrebno više zaštititi, ili da žene moraju biti bolje predstavljene u skupštini, ali to ne znači da će neka zelena ili feministička stranka automatski dospeti u parlament.

Koliki će uticaj izvršiti neko stanovište na glasanje zavisi od značaja tog stava za birače, od njegove emocionalne dubine i ideacione centralnosti. Teško da je negativni stav prema EU odlučujući za 38 posto birača koji su protiv ulaska Srbije u EU, da bi evroskeptičke partije automatski mogle da računaju na toliki udeo u glasovima na narednim izborima. Mnogi od tih birača su tek srazmerno nedavno došli na evroskeptičko stanovište, te ono nije imalo dovoljno vremena da se utvrdi. Takođe, izborna privlačnost evroskeptičkog stanovišta zavisiće i od veštine i načina na koji evroskeptičke stranke – DSS, SRS i Dveri – na predstojećim izborima budu zastupale ovu poziciju.

Osnovna mana, naime, evroskeptičke argumentacije i odgovarajućeg političkog marketinga, kao što sam već bio ukazao (Antonić, 2010), i jeste odsustvo jasne alternative EU. Iznošenje alternative je važan činilac argumentacije i ubeđivanja, budući da se neka društvena opcija može ozbiljno kritikovati i odbaciti tek ako joj se protivstavi realna alternativa. Kako tačno izgleda alternativa EU, koliko košta i koliko je politički izvodljiva? – to bi bila pitanja na koja bi morala da odgovori svaka evroskeptička stranka koja želi da ozbiljnije artikulise anti-briselsku ideju i privuče potencijalne glasače.

Problem sa srpskim evroskeptičkim strankama jeste da one do sada to nisu uspele da urade. Radikali i „dverjani“ su oštro protiv EU. „Zemlje EU ne mogu da nam budu prijatelji, jer su učestvovala u bombardovanju naše zemlje, osnovale Haški tribunal da se ne bi videlo ko je rasturio SFRJ, a onda su 22 države iz EU priznale terorističko Kosovo“, kažu Radikali (SRS, 2012). Dverjani pak vele: „ne smemo sebi dozvoliti da budemo poslednji sledbenici propale ideologije evrounijatstva(...). Nasuprot evrofanatizmu i utopizmu, ako EU uopšte opstane – mi ćemo ostati evrouzdržani“ (Dveri, 2012). Ali ni jedni ni drugi nisu ponudili ništa više od opštih fraza o tome da EU ima alternativu. Radikali kažu: „prvo moramo da prekinemo proces pridruživanja Srbije EU, a drugo – da vratimo carine za robu iz EU, jer budžet svake godine samo na njima izgubi 300 miliona evra“ (SRS, 2012). Ali, šta posle te dve mere? – oni ne saopštavaju. Dverjani pak zahtevaju „čvršću političku i privrednu saradnju sa zemljama ubrzanog razvoja, na prvom mestu članicama BRIKS-a (Brazil, Rusija, Indija, Kina, Južna Afrika)“, dodajući da je „u ovom pogledu Rusija naš prvi i najvažniji strateški partner“ (Dveri, 2012). Ali, koliko bi koštala ta preorijentacija, šta bi tačno donela, a šta odnela, to dverjani nisu ni pokušali da izračunaju.

Dobro razvijen (na skoro 300 strana) alternativni ekonomski program ima Demokratska stranka Srbije („Program ravoja Srbije od 2012-2017. godine“, ovde se navodi kao: DSS, 2012). U Programu se veli da je zbog primene Sporazuma o stabilizaciji i pridruživanju sa EU Srbija godišnje gubila između 90 i 120 miliona evra (DSS, 2012: 138), te se traži njegovo odbacivanje. Međutim, ni ovde nema ozbiljnijeg razmatranja alternative. Realistički stoji „da je teško očekivati da se u relativno kratkom vremenskom periodu Srbija probije na neka nova tržišta (Brazil, Kina)“, kao i da je „za osvajanje velikih tržišta, kao što je tržište Rusije od 200 miliona ljudi, neophodno obezbediti kvalitet, kvantitet i kontinuitet robe“ (DSS, 2012: 147). Ali, koliko bi tačno koštalo odbacivanje SSP-a i okretanje ka drugim tržištima, odnosno kolika bi bila korist od zaustavljanja evrointegracijskih procesa, to se ni u ovom veoma razvijenom dokumentu ne kaže.

Uz to, sama ideja „političke i vojne neutralnosti“ koju je u programskoj knjizi *Zašto Srbija a ne Evropska unija*, štampanoj uoči izbora, izneo lider DSS Vojislav Koštunica, a koja je očigledno lajtmotiv izborne kampanje DSS-a, nije dovoljno jasna i privlačna za širi krug ljudi. Ta ideja veoma podseća na „politiku nesvrstavanja“, koja je imala smisao u jednoj sasvim drugoj konstelaciji međunarodnih odnosa, kao i u drugojačijem položaju naše zemlje, a koja danas ipak izgleda nedovoljno realistična. Takođe, ni u ovoj knjizi se, na mestima gde se tematizuje problem budućeg odnosa Srbije i EU (Koštunica, 2012: 15-20; 111-114), ne opisuje konkretna zamisao kako bi tačno izgledala „politička i vojna neutralnost“ u kontekstu odnosa Srbije sa EU i SAD, na jednoj, i Rusije i Kine, na drugoj strani.

Zbog svega toga, teško je poverovati da evroskeptički stav SRS, DSS i Dveri može uticati na širi evroskeptički korpus birača (od oko 38%), da se značajnije opredeli da glasa za ove stranke. Iako su se, u odnosu na prethodne izbore (2008), u stranačkoj ponudi za izbore 2012. sada konačno pojavila i jasna evroskeptička stanovišta, ona su ipak ostala isuviše nerazvijena da bi mogla ozbiljnije uobličiti antibriselska osećanja dela javnosti i za sebe privući značajniji broj glasova. Imajući u vidu prilično spor tempo sazrevanja evroskeptičkog političkog i teorijskog stanovišta u

Srbiji (Antonić, 2010), moglo bi se reći da će ono najverovatnije tek do narednih izbora uspeti da se razvije dovoljno široko da može – naravno, pod uslovom da se kriza evrozone i EU nastavi – da dotakne i privuče, nakon 2011. već dosta uvećan, korpus evroskeptičnih birača.

EPILOG

Kao dodatak ovoj analizi, po završetku izbora, ukazao bih na dve nove činjenice. Prvo, tema „za i protiv EU“, tokom izborne kampanje, nije se nametnula kao važna za opredeljenje birača. Čak ni tako izrazito evroskeptičke stranke, poput DSS, Dveri, pa i SRS, nisu insistirale na svom evroskepticizmu, odnosno na suštinskom konfliktu interesa Srbije i EU. Sa druge strane, dve najjače i u kampanji najzastupljenije stranke, DS i SNS, uzimale su kompatibilnost državnih i ekonomskih interesa Beograda i Brisela kao nešto neupitno i samorazumljivo. Posebno je DS insistirao na tome da se, nakon dobijanja statusa kandidata, Srbiji otvaraju mnogo bolje ekonomske i razvojne perspektive.

Zajedno sa dobrim utiskom koje je prihvatanje kandidature Srbije, u Briselu, 1. marta 2012, ostavilo na naše građane, ovakva kampanja dovela je do izvesnog porasta evroentuzijazma, i do pada evroskepticizma. Tako je istraživanje NSPM, rađeno pred kraj kampanje (20-27. april 2012), pokazalo da je za ulazak u EU sada opredeljeno 52,1 posto građana Srbije (što je za 5,6 procentnih poena više nego decembra 2011, kada ih je bilo 46,5), da je protiv EU sada 31,6 posto (bilo ih 37,9 posto, što predstavlja pad od 6,3 procentnih poena), dok je bez odgovora bilo 16,3 (ranije 15,6 posto). Podrška ulasku u EU, dakle, još uvek se nije vratila na nivo pre avgusta 2011, ali je po prvi put, u nizu NSPM istraživanja, pad evroentuzijazma kod srpskih birača značajnije zaustavljen, pa donekle i preokrenut.

Ako, sa druge strane, analiziramo same rezultate parlamentarnih izbora, videćemo da je ovakva, dosta stidljiva kampanja evroskeptičkih stranaka (DSS, SRS i Dveri), koje su ionako bile u manjini, uticala da udeo glasova koje su te stranke dobile na đurđevdanskim izborima, bude dvostruko manji od udela evroskeptički opredeljenih birača, a udeo skupštinskih mandata ove političke grupacije, zbog činjenice da su SRS i Dveri ostali tik ispod cenzusa, čak petostruko manji od udela evroskeptika među srpskim biračima (tabela 6). To jasno pokazuje koliko se ova tema nije uspela nametnuti kao značajna za glasače, odnosno koliko je evroskeptičko stanovište i dalje srazmerno slab činilac izbornog opredeljivanja većine birača u Srbiji.

Tabela 6: Izbori 2012. prema opredeljenju stranaka u odnosu na EU

Opredeljenje stranaka prema EU	Udeo u glasovima	Udeo u mandatima	Odnos birača prema EU ⁹⁵
Evroentuzijasti ⁹⁶	84,1	93,0	62,2
Evroskeptici ⁹⁷	15,9	7,0	37,8

Izvor: Vukadinović i sar., 2011. (oktobar 2011)

Da li će takav odnos prema ovoj temi biti i na sledećim izborima, pokazaće budućnost. No ono što se već sada može pretpostaviti jeste da će odgovor na to pitanje zavisiti prvenstveno od dinamike evrointegracijskih procesa, odnosno od fokusiranosti „politike uslovljavanja Evropske unije“ (Todorović, 2011) na faktičko prihvatanje secesije Kosova, koje Brisel očekuje od Beograda.

⁹⁵ Postotak u ovoj koloni se odnosi na ispitanike koji su, u pomenutom istraživanju NSPM, dali odgovor na pitanje *Da li ste za ulazak Srbije u EU?* (bez neizjašnjenih i neodlučnih).

⁹⁶ DS, SNS, SPS, URS, Preokret, stranke manjina.

⁹⁷ DSS, SRS i Dveri.

LITERATURA

Antonić, Slobodan (2012) Euroscepticism in Serbia, Serbian Political Thought, Year IV, Vol. 5 No. 1/2012 (u štampi).

Antonić, Slobodan (2010) EU skepticizam u Srbiji, zbornik: Gordana Živković (ur), Srbija u predvorju Evropske unije: iskušnja i moguće ishodište, str. 13-42. Beograd: Institut za evropske studije.

B92 (2011) Rast evroskepticizma u Srbiji, sajt B92, 30. avgust 2011, www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2011&mm=08&dd=30&nav_category=122&nav_id=538413

Vukadinović, Đorđe (2009b) Pometnja u čokoladnom carstvu, Politika, 3. mart 2009, www.politika.rs/pogledi/DJordje-Vukadinovic/POMETNJA-UCHOKOLADNOM-CARSTVU.sr.html.

Vukadinović, Đorđe i saradnici (2011) Istraživanje javnog mnjenja Srbije, Publikum – Nova srpska politička misao, radni podaci, 2007-2011.

Dveri (2012) Spoljna politika Dveri: zvaničan programski dokument Dveri o spoljnoj politici, sajt Dveri, www.dverisrpske.com/sr-CS/nasa-politika/izborniprogram/spoljna-politika-dveri.php.

DSS (2012) Program ravoja Srbije od 2012-2017. godine, Demokratska stranka Srbije, http://www.ekonomskisavetdss.com/wpcontent/uploads/2012/03/program_razvoja_srbije_2012-2017.pdf

Žigić, Ivana (2011) Zatvaramo kapije ka Briselu, Press 23. decembar 2011, http://www.pressonline.rs/sr/vesti/vesti_dana/story/194202/Zatvaramo+kapije+kaBriselu.html.

Izjava (2011) Izjave Savezne kancelarke Angele Merkel za štampu, 23.08.2011. godine u Beogradu, sajt ambasade Nemačke u Prištini, www.pristina.diplo.de/Vertretung/pristina/sr/00/Merkel-in-Serbien-2011.html.

KEI (2012) Kancelarija za evropske integracije: Evropska orijentacijagrađana Srbije – trendovi, 13. januar 2012, www.seio.gov.rs/upload/documents/nacionalna_dokumenta/istrazivanja_javnog_mnjenja/prezentacija_ijm_final_jan2012.pdf pristupljeno 14. januara 2012.

Košunica, Vojislav (2012) Zašto Srbija a ne Evropska unija. Beograd: Fond Slobodan Jovanović.

Košunica, Vojislav (2011) Redefinisanje odnosa Srbije i EU, sajt Demokratske stranke Srbije, 20. septembar 2011. <http://dss.rs/redefinisanje-odnosa-srbija-i-eu/>.

Marković, Slobodan G. (2005) Evroskepticizam nakon velikog proširenja Evropske unije, zbornik Evropa i Zapadni Balkan posle velikog proširenja, ur. Slobodan G. Marković, str. 53-66. Beograd; Institut za evropske studije.

Pavić, Aleksandar (2011) Novi otklon od Brisela na srpskoj političkoj sceni, Fond strateške kulture, 6. decembar 2011, <http://srb.fondsk.ru/news/2011/12/06/novi-otklon-od-brisela-na-srpskoj-politichkoj-sceni.html>.

Pavlović, Dušan i Slobodan Antonić (2008) Odgovor kritičarima, Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji – Godinu dana posle, Priredio: Dušan Pavlović, str. 135-182. Beograd: Službeni glasnik.

SRS (2012) Šestog maja se odlučuje hoće li Srbija uopšte opstati kao država, zvaničan sajt Srpske radikalne stranke, www.srpskaradikalnastranka.org.rs/srbija/2770

Todorović, Jelena (2011) Srbija i politika uslovljavanja Evropske unije, Politička revija, god. (XXIII) X, br. 2, str. 183-200, www.politickarevija.rs/pr/pr_2_2011.pdf.

Todorović, Jelena (2010) Evroskepticizam u zemljama Evropske unije, Srpska politička misao, god. 17. vol. 29, br. 3, str. 231-250, www.spmbeograd.rs/spm/spm_3_2010.pdf.

POLOŽAJ MLADIH U POLITICI I POLITIKA MEĐU MLADIMA

SAŽETAK

Danas, u uslovima demokratskog političkog poretka, čini se da mladi nestaju kao subjekti sa političke scene. U političkoj istoriji našeg društva mladi nisu konstantno imali dominantan uticaj, ali su se uvek pojavljivali kao politički subjekt koji je imao aktivan odnos prema političkim dešavanjima – da podsetimo slučaj studentskih protesta '68 i studentski i građanski protesti devedesetih. Danas je situacija drugačija, mladi imaju izuzetno pasivan odnos prema političkim zbivanjima, nezainterosovani su i nedovoljno informisani o političkim temama i problemima. Ovaj rad je pokušaj da se otkriju neposredni uzroci ovakvog stanja, stoga je predmet rada analiza položaja mladih u političkom životu i upoznavanje sa percepcijama mladih o političkim i društvenim prilikama našeg društva. Rad se sastoji iz dva dela. U prvom delu rada autorka pokušava da utvrdi motive učešća, odnosno neučešća mladih u političkim procesima na osnovu rezultata istraživanja sprovedenog u martu tekuće godine u organizaciji Centra za slobodne izbore i demokratiju, Centra za novu politiku i Friedrich Ebert Stiftung. U drugom delu rada je tema analiza izbornih lista, koje su imale učešće na nedavno održanim parlamentarnim izborima i učešće mladih u parlamentarnim sazivima sa namerom da se utvrdi koliki uticaj imaju mladi kao politički akteri na kreiranje i sprovođenje javnih politika.

U medijskoj i stručnoj javnosti vlada mišljenje da mladi imaju inherentan stav prema politici i da se ne zanimaju mnogo za politička dešavanja. Nezainterosovanost mladih za politiku nije trend koji se pojavljuje samo u Srbiji, može se reći da i na globalnom nivou takođe vlada tendencija neučešća ili slaba zainteresovanost mladih za politički život. Ono što treba ispitati jeste tačnost ove tvrdnje i ukoliko je tako, koji su motivi i razlozi za ovakvu simptomatičnu nezainterosovanost. Cilj rada je da se ponude razlozi političkog (ne)angažmana među mladima kao i da se ponudi odgovor na pitanje da li mladi u Srbiji imaju politički uticaj i ako ga imaju u kojoj meri je izražen.

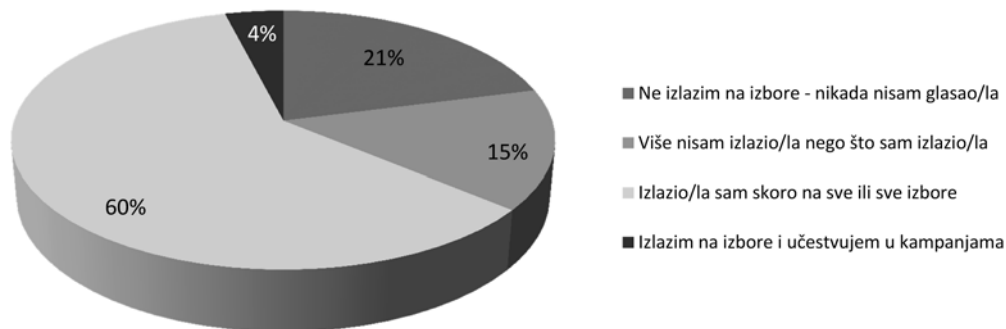
Na nedavno održanim izborima za sve nivoe vlasti, glasalo je u proseku oko 58% biračkog tela (http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/saopštenja_frames.htm : maj 2012). S obzirom na to da još uvek nije završen proces obrade glasačkih listića, još uvek se ne mogu izvršiti analize koje bi mogle dati preciznije podatke o izlaznosti mladih na izbore. U nedostatku ovih podataka poslužićemo se istraživanjem javnog mnjenja sprovedenog uoči izbora u organizaciji Centra za slobodne izbore i demokratiju, Centra za novu politiku i Fondacije Fridrih Ebert.⁹⁸ Istraživanje je sprovedeno u martu mesecu tekuće godine sa namerom da se predstavne stavovi mladih o društvenim i političkim prilikama u Srbiji. Ispitanici su bili građani u rasponu od 18 do 35 godina. Rezultati istraživanja pokazuju da se na predstojećim izborima ne očekuje veće odstupanje izlaznosti mladih na izbore u odnosu na ostalu populaciju. Rezultati ovih istraživanja su sledeći: polovina ispitanika – 48% je dalo potvrđan odgovor o izlasku na izbore, dok je 28% odgovorilo da će verovatno izaći na izbore (CeSID/CNP/FES mart 2012: 24). Na osnovu ovih podataka, možemo zaključiti da je dve trećine građana mlađih od 35 godina imalo nameru da iskoristi svoje biračko pravo. Ako ovim rezultatima dodamo i gore navedene podatke o ukupnoj izlaznosti, koja je skoro 60%, možemo pretpostaviti da je sigurno oko polovine građana mlađih od 35 godina koja ima biračko pravo izašla na izbore.

⁹⁸ Iz tehničkih razloga preglednosti teksta će se u daljem delu rada korsiti samo oznaka CeSID/CNP/FES mart 2012. Više o ovom istraživanju na: <http://www.fes.rs/pubs/2012/pdf/Stavovi%20mladih%20o%20društeno%20politicnim%20prilikama%20u%20Srbiji.pdf>

KAKO MLADI VIDE POLITIČKI ŽIVOT SRBIJE?

Rezultati istraživanja koje je sprovedeno u martu tekuće godine, pokazuju da više od polovine ispitanika (građana starosti između 18 i 35 godina) jeste iskoristila svoje biračko pravo i učestvovala na skoro svim dosad održanim izborima (CeSID/CNP/FES mart 2012: 24)

Grafikon 1: Ranija (ne)participacija u izbornim procesima

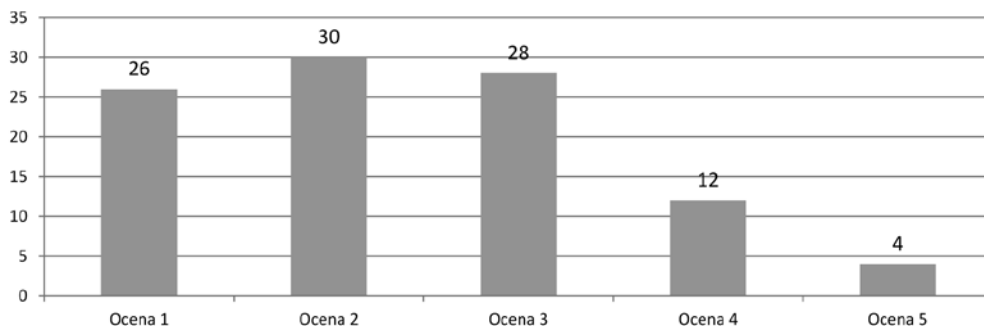


Izvor: CeSID/CNP/FES mart 2012.

Na osnovu podataka iz Grafikona 1 možemo doneti sledeće zaključke. Prvo, najveći procenat mladih učestvuju u izbornom procesu samo kroz aktivnosti glasanja na izborima. Podatak da samo 4% ispitanika uzima učešće u političkim kampanjama (vidi Grafikon 1) i da se 83% izjašnjava da nije politički angažovano (CeSID/CNP/FES, 2012: 13) ukazuje na postojanje generalnog trenda neparticipacije mladih u predizbornim procesima kao i u aktivnostima partija koje nisu vezane za izbore. Ovako visoki stepen neangažovanosti ukazuje na to da se mladi i ne zanimaju mnogo za aktivnosti u okviru političkih partija. Razlog za ovakvo stanje stvari možemo potražiti u sledećem. Prvo, zainteresovanost za političke procese i spremnost učešća u njima je na izuzetno niskom nivou u Srbiji. Ovu tvrdnju potkrepljuju rezultati različitih istraživanja. Rezultati studije istraživanja koja se sprovodila u svim evropskim zemljama, a koja je imala za temu ispitivanje vrednosnih stavova građana, pokazuje da je stanje o spremnosti učešća građana u političkim procesima u Srbiji slično kao u zemljama regiona. Prema rezultatima, Srbija je zajedno u grupi sa svojim susedima Bosnom i Hercegovinom, Crnom Gorom i Makedonijom; za nijansu je bolje stanje u Sloveniji i Hrvatskoj, dok je nešto niži stepen volje za učešćem u političkim procesima u Albaniji i Bugarskoj, a ubedljivo najniži stepen volje za učešćem u političkim aktivnostima se beleži u Mađarskoj i Rumuniji (<http://www.tilburguniversity.edu/evs/joinpoliticalactions.jpg> : maj 2012)

Rezultati istraživanja koje su sproveli CeSID/CNP/FES prikazuju sličnu sliku generalne malodušnosti mladih prema političkim dešavanjima.

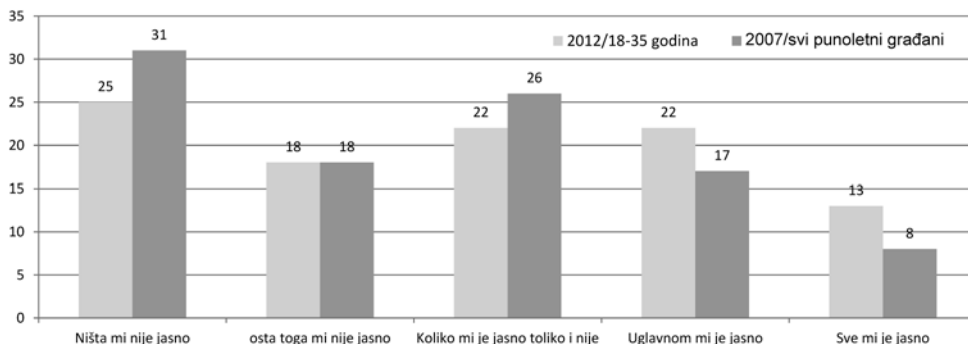
Grafikon 2: Ocena zainteresovanosti za politička dešavanja u Srbiji



Izvor: CeSID, mart, 2012.

Podaci iz grafikona pokazuju da je ocena zainteresovanosti za politiku u Srbiji malo „jača“ dvojka (2,38). Moramo nagovestiti da ovakva ocena nije ohrabrujuća kako za same građane, tako ni za političku elitu. Međutim, iako postoji veliki stepen nezainteresovanosti za političke procese, kada govorimo o informisanosti, stanje je malo bolje. Naime, procenat onih kojima su jasna i koji razumeju politička zbivanja je veći za 10% od onih koji navode da im u oblasti politike ništa nije jasno. Ovde se mora navesti još i to da je stanje informisanosti o političkom životu bolje danas nego pet godina ranije. (CeSID/CNP/FES, mart 2012: 9)

Grafikon 3: Da li vam je jasno šta se dešava u oblasti politike?



Izvor: CeSID/CNP/FES, mart 2012.

Drugi uzrok, koji dodatno povećava stepen nezainteresovanosti i nemoći kako za politički život tako i za konkretnu političku akciju, jeste percepcija političkih partija i njihovih aktivnosti. Obzirom na to da političke partije, kao i njihovi funkcioneri, predstavljaju „apsolutne prvake“ u stepenu nepoverenja među građanima Srbije, podatak da mladi odbijaju da aktivno učestvuju u radu političkih partija nije iznenađujuć. Ovde moramo napomenuti da političke partije zajedno sa političkim institucijama u čijem formiranju uzimaju direktnu ulogu – Narodna skupština i vlada – već nekoliko godina unazad uživaju najniži stepen poverenja. Tako u 2005. godini 63% građana se izjašnjava da ne veruje političkim partijama, dok 29% ima poverenje (Stojiljković, 2008: 382). U 2010. godini je stepen nepoverenja isti kao u prethodnoj godini, oko 60%, dok je znatno opao procenat onih građana koji se usuđuju da ukažu poverenje političkim partijama oko 11% (Slavujević, 2010: 61). Ako uporedimo današnje raspoloženje među mladima sa raspoloženjem ostalog dela populacije, uvidećemo da nema značajnijih odstupanja. Jasno nepoverenje prema političkim partijama iskazuje 65% ispitanika, dok stepen poverenja opet pokazuje tendenciju pada – u slučaju mladih to je samo 7% (CeSID/CNP/FES, 2012: 19). Ovako visoki stepen nepoverenja je u skladu i sa nalazom da 66% mladih nije član, niti podržava i jednu političku partiju (CeSID/CNP/FES, 2012: 12). Kada se postavi pitanje razloga za političko angažovanje, rezultati su sledeći: 83% ispitanika navodi da nije politički angažovano, 9% ispitanika kao razlog angažmana navodi verovanje u ideje političke stranke, 4% politički angažman vidi kao jedini način da doprinese poboljšanju stanja u Srbiji, a 4% navodi da je politički angažman jedini način da se omogući zaposlenje i napredovanje u poslu (CeSID/CNP/FES, 2012: 13). Analizom ovih rezultata možemo videti da među mladima politički angažman nije preterano popularan izbor. Kod onih koji se opredele za politički angažman postoje dve tendencije. Jedna se odnosi na to da se politički angažman povezuje sa ideološkom bliskošću sa strankama, dok je druga tendencija povezana sa vrlo pragmatičnim shvatanjem politike, gde se članstvo u stranci percipira kao jedini put do zaposlenja. Ovaj problem gde se partije shvataju kao jedan vid „agencija za zapošljavanje“ dodatno opterećuje tananu nit poverenja koja postoji između birača i partija.

Iako postoji i među odraslom populacijom kao i među mladima, izrazito nepoverenje prema ključnim subjektima izbornog procesa – političkim partijama, nije dovelo do povećanja apstinencije na održanim izborima. Naprotiv, većina građana je izašla na izbore i dala svoj glas i poverenje nekoj od partija. Da li izlaznost od 57,94% i osvajanje 44,52% glasova, kada se saberu pojedinačni rezultati tri izborne liste vladajuće koalicije: Lista za bolji život – Boris Tadić – 22,09%, SPS-PUPS-JS – 16,02% i URS – 6,41%, ukupno: 44,52% (http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/saopstenja_frames.htm maj 2012) znači da su građani zadovoljni dosadašnjom politikom i da rezultate prethodne vlade smatraju prihvatljivim?! Iako su postojale kampanje tzv. „belih listića“ koje su imale za cilj da ukažu na nezadovoljstvo postojećim izborom i postave pitanje legitimnosti izbornih ponuda i izbornih igrača, ovako visok odziv birača potvrđuje da biračko telo i dalje želi da iskaže svoju volju izlaskom na izbore, uprkos stalnom ponavljanju fraze „svi su oni isti“ i „biram manje zlo“! U duelu „Baterije“ i „belih listića“, kao konačni pobednik izlazi „Baterija“!⁹⁹ Da li procenat izlaznosti na izbore među mladima odstupa u značajnijoj meri u odnosu na ostali deo populacije? Ostaje nam da otkrijemo odgovor na ovo pitanje. Ali, s obzirom na rezultate gore navedenog istraživanja, ne očekujemo neka značajnija odstupanja.

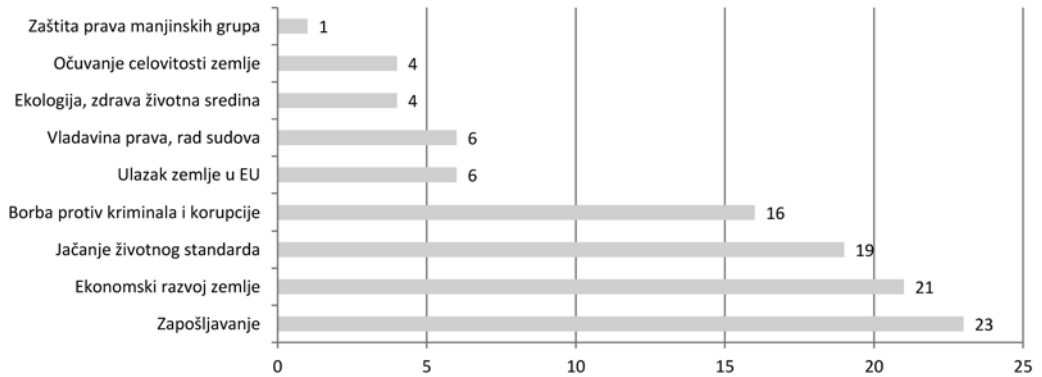
Pošto smo predočili nalaze koji se odnose na percepcije zainteresovanosti, informisanosti, političke angažovanosti, kao i stav prema političkim partijama, možemo zaključiti da među mladima u Srbiji vlada visoki stepen nepoverenja u institucije političkog sistema. Visok stepen nepoverenja nije novost, ali izuzetno izražen osećaj nemoći i nezainteresovanosti i odsustvo lične inicijative vodi nestajanju mladih kao političkih subjekata. Odgovornost za stanje političkih i društvenih prilika je odgovornost koju dele svi, i elite i građani. Ako sagledamo nalaze istraživanja postavlja se pitanje da li su građani Srbije, a među njima i mladi „politički impotentni“ (Stojilković, 2008: 378).

Koja su to „goruća“ pitanja i teme među mladima? Pošto politička dešavanja i borba za uticaj na društvena zbivanja putem nekog vida političkog angažmana definitivno nisu. Nije teško pretpostaviti odgovor na pomenuto pitanje. Prioritet broj jedan je zaposlenje. Najveći problem danas među mlađom populacijom je visok stepen nezaposlenosti. Od ove „boljke“ ne pate samo mladi u Srbiji, ovo je jedan od najvećih problema društva u Srbiji, jer je procenat nezaposlenosti u stalnom porastu. Sa problemom nezaposlenosti se javlja i problem migracija u potrazi za poslom, što Srbi, kao jedna od najstarijih nacija u Evropi, nemaju luksuz da tolerišu. Naime, Srbija se suočava sa dve vrste migracija: unutrašnja – masovni odlazak mladih iz sela u veće gradove i migracija usmerena ka inostranstvu. Istraživanja pokazuju da čak 35% mlađe populacije razmišlja o iseljenju, dok 46% odlazi iz mesta svog stanovanja u potrazi za boljim životnim standardom, a svaki treći migrira u potrazi za poslom (CeSID/CPA/FES: 24). Na Grafikonu 4 su prikazane teme koje mladi doživljavaju kao svoje prioritete.

Iz grafikona se vidi da je apsolutno primarna stvar za mlađu populaciju zapošljavanje, zatim slede ekonomski razvoj i jačanje životnog standarda. Četvrto mesto prioriteta zauzimaju borba protiv kriminala i korupcije. Procenat zainteresovanosti za borbu protiv kriminala i korupcije bi morao biti veći, jer je upravo to jedna od glavnih prepreka regularnom načinu zapošljavanja. Ovde moramo dodati da je problem mita i korupcije u našem društvu izuzetno rasprostranjen i da bi se u ovu grupu problema moglo svrstati i stranačko zapošljavanje, o čemu je već prethodno bilo reči. Isto tako bi vladavina prava morala biti bolje pozicionirana na skali prioriteta mladih, jer bez vladavine prava nema ni poboljšanja životnog standarda, bar ne „običnih“ građana.

⁹⁹ Baterija je aktivistička mreža i web portal koji povezuje mlade iz 20 gradova Srbije sa ciljem da podstakne različite oblike aktivizma među mladima. U toku predizborne kampanje ova mreža je širom gradova Srbije nastupila sa nekoliko akcija da bi informisala mlađu populaciju o izbornim dešavanjima i o političkom životu uopšte. Kao najinteresantnije izdajamo sledeće akcije: „Nema anketa“ i „Drži ih na povocu – Glasanjem ih teraš da te slušaju“. Više o ovom vidi na: www.baterija.org/akcije/ Vidi: S. Mihailović Predizborne beleške – esej na belom papiru u Politički život Srbije br. 4. „Ideja „belih listića“ je ideja fingiranjem ugovora, o prevari; ako oni nas varaju, varaćemo i mi njih; država nas krade potkradaćemo i mi nju, svi se švercuju, švercovaću se i ja... Uči ili ne uči u vrzino kolo?“

Grafikon 4: Prioriteti mladih u Srbiji



Izvor: CeSID/CPA/FES, mart 2012.

Pregledom prikazanih nalaza i podataka možemo zaključiti da među mladima „velike teme“, poput Evropske unije ili pitanja Kosova i Metohije, više nisu primarne. U uslovima svetske ekonomske krize i recesije mladi se najviše okreću ekonomskim temama i pitanjima svakodnevnog života. Ono što ostaje kao problem jeste pitanje migracija i emigracija. Sa ovim problemom će društvo Srbije morati da se suoči i ponudi neko konkretno rešenje, jer nema razvoja društva bez mladih kao generatora promena i razvoja.

Pošto je napravljen uvid u skalu prioriteta mladih, prikazne su njihove percepcije političkih zbivanja, procesa i aktera, sada ćemo se usmeriti na prikaz položaja mladih u politici. Teme su konkretno: položaj mladih na izbornim listama i položaj mladih u parlamentu. Namera je da se utvrdi u kolikoj meri mladi učestuju kao aktivni politički činioци u procesu donošenja odluka.

MLADI NA IZBORNIM LISTAMA

U predstojećem delu rada će biti prikazani podaci o kandidatima koji su mlađi od 35 godina, a koji se nalaze na izbornim listama i onih koji su već nosioci mandata u parlamentarnom sazivu iz 2008.godine. Namera je da se utvrdi koliki je broj kandidata mlađih od 35 godina koji se pojavljuju na izbornim listama i uporede strukture sadašnjeg parlamentarnog sastava i parlamentarnog sastava koji sledi nakon majskih izbora i utvrdi da li je došlo do eventualnog povećanja ili smanjenja broja poslanika mlađih od 35 godina.

Novina ovogodišnjih parlamentarnih izbora je to da je redosled na izbornim listama konačan i da se ne može menjati nakon održanja izbora, odnosno osvojeni mandati se dodeljuju prema redosledu kandidata na listama, počevši od prvog kandidata.¹⁰⁰ Dosadašnja praksa je bila takva da su stranke bile apsolutni gospodari poslaničkih mandata i dodeljivale mandate po sopstvenom nahođenju, bez obzira na redosled kandidata koji se nalazi na izbornoj listi. Pošto se u izbornoj praksi Srbije koriste zatvorene izborne liste, tj. birač nema moć da utiče na redosled kandidata na listi, već samo zaokružuje izbornu listu, apsolutnu moć odlučivanja o tome ko će biti kandidat i koju poziciju zauzima na izbornoj listi poseduju političke partije. Upravo nas ovi razlozi navode da utvredimo kolika je zastupljenost mladih na izbornim listama, jer na taj način ćemo i uvideti koliko su partijske strukture spremne da povere mandat mlađim kandidatima.

¹⁰⁰ Zakon o izmenama i dopunama izbora narodnih poslanika čl. 84., „Službeni Glasnik RS“, br. 36/2011, 05/2011

Cilj ove analize jeste da se utvrdi kolike šanse imaju kandidati mlađi od 35 godina da osvoje mandate i uđu u parlament. Velika je razlika ako se mladi koriste kao igrači koji greju rezervnu klupu i zauzimaju zadnja mesta na izbornim listama u odnosu na to da li im se pruža prilika da se probiju na vrh liste i dobiju šansu za eventualno osvajanje mandata.

U Tabeli 1 se može videti spisak svih izbornih lista koje su učestovale na nedavno održanim parlamentarnim izborima sa tačnim brojem kandidata mlađih od 35 godina na svakoj od izbornih lista.

Tabela 1: Spisak izbornih lista koje su učestovale na parlamentarnim izborima 6.5.2012. godine

Izborne liste/ Političke stranke	Ukupan broj kandidata na izbornim listama	Broj kandidata na listi mlađih od 35 godina	Procenat (%) mlađih od 35 godina
Izbor za bolji život - Boris Tadić	250	66	26
Srpska radikalna stranka - dr Vojislav Šešelj	250	41	16
Ujedinjeni regioni Srbije - Mlađan Dinkić	245	50	20
Preokret - Čedomir Jovanović	250	75	30
Pokrenimo srbiju - Tomislav Nikolić	250	46	18
Demokratska stranka Srbije - Vojislav Koštunica	250	35	14
SPS, PUPS, JS - Ivica Dačić	250	42	17
Dveri za život Srbije	209	85	40
Savez vojvođanskih mađara - Ištvan Pastor	250	97	40
Reformistička stranka	175	81	46
SDA sandžaka - dr Sulejman Ugljanin	17	30	56
Pokret radnika i seljaka	190	55	29
Socijaldemokratski savez - Nebojša Leković	182	42	23
Sve zajedno - Emir Elfić	68	22	32
Kolacija albanaca preševske doline	11	2	18
Crnogorska partija	52	19	36
Komunistička partija - Josip Broz	60	7	11
Nijedan od ponuđenih odgovora	93	35	38

Napomena: Podaci koji se nalaze u tabeli su dobijeni analizom izbornih lista koje se nalaze na zvaničnom sajtu RIK-a: http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/propisi_frames.htm. Autorka je za donju starosnu granicu koristila 18 godina, dok je gornja starosna granica 35 godina, odnosno u starosnu grupu mlađih od 35 godina se ubrajaju i kandidati koji ove godine pune 35 godina.

Na osnovu analize podataka sadržanih u Tabeli 1, možemo zaključiti da je najveći procenat mlađih od 35 godina - u daljem delu teksta: mladi, prisutan na izbornim listama nacionalnih manjina (SDA Sandžaka - Sulejman Ugljanin – 56% i SVM - Ištvan Pastor – 40%) i na izbornim listama stranaka koje nisu prešle census: Reformističke stranke (46%) i Dveri za život Srbije (40%). Najniži procenat mlađih se nalazi na dve izborne liste koje nisu prešle census: Komunistička partija - Josip Broz (11%) SRS - dr Vojislav Šešelj (16%) zatim slede dve liste koje su prešle census: DSS - Vojislav Koštunica (14%), i SPS-PUPS-JS (17%). U daljem delu rada ćemo se baviti analizom izbornih lista stranaka, koje su ušle u parlament. Ovde moramo naglasiti da bi izborna lista SPS-PUPS-JS morala imati veći broj mlađih na svojim listama s obzirom na to da stožer ove predizborne koalicije SPS pretenduje da se definiše kao stranka moderne levice. Jedna od centralnih ideja stranaka moderne levice jeste ideja jednakosti svih društvenih grupa, tako da bi ova partija u budućnosti trebalo da povede malo više računa o reprezentativnosti mlađih kandidata.

Stranke koje imaju oko četvrtinu mladih na svojim izbornim listama, a prešle su cenzus su: Demokratska stranka (DS), Liberalno demokratska partija (LDP) i Ujedinjeni regioni Srbije (URS). Na izbornoj listi DS-a mladi zauzimaju 67 od 250 mesta, što čini 26% i to je na zadovoljavajućem nivou. Moramo napomenuti i to da su mladi na izbornoj listi pretežno ravnomerno raspoređeni, u prvih sto se nalazi 22%, što nije veliko odstupanje u odnosu na prosek celokupne izborne liste od 26%. Lista LDP ima najveći broj mladih na izbornim listama – 30%, ako isključimo stranke nacionalnih manjina, kada govorimo o strankama koje su prešle cenzus. Ova lista ima najmanja odstupanja kada poredimo prvih 100 mesta, 29% mladih, u odnosu na prosek celokupne izborne liste od 30%. Izborna lista URS-a nema kao prethodne dve stranke ravnomeran raspored kandidata mlađih od 35 godina. U prvih 100 kandidata mladi zauzimaju samo 13 mesta, dok se u drugoj polovini liste nalaze preostalih 37 kandidata.

Sledeća tema je analiza izborne liste Pokrenimo Srbiju na čelu sa Naprednom strankom. Na svojim izbornim listama imaju samo 18% mladih, što je ispod proseka ako uporedimo sa LDP-om, DS-om i URS-om. U prvih sto kandidata se nalazi samo 15 kandidata mlađih od 35 godina, što je manje od proseka liste od 18%. Ove stranka je prvi put ove godine nastupila samostalno na izborima nakon izlaska frakcije na čelu sa Tomislavom Nikolićem iz SRS-a. Nakon razlaza sa radikalima ova stranka je u procesu transformacije i utvrđivanja svoje ideološke okosnice, koja se sada bazira na evropskim principima i vrednostima. Uprkos tome, vidimo da na izbornoj listi ova stranka nije ponudila dovoljno kandidata mlađih od 35 godina. Moramo napomenuti da su se funkcioneri ove stranke u nekoliko navrata tokom izborne kampanje obraćali mladima i isticali potrebe poboljšanja položaja mladih, sa posebnim naglaskom na mlade naučnike i talente koji prema rečima popredsednika A. Vučića zaslužuju „veću brigu države i svih nas“¹⁰¹

Iako se čelnici ove partije slažu sa maksimumom da mladi zaslužuju više, kada pogledamo izbornu listu, vidimo da SNS zajedno sa svojim partnerima nije smatrao da mladima treba dati više ili nije imao adekvatan izbor kada govorimo o omladini u redovima ovih stranaka.

Analizom ovih podataka možemo pretpostaviti sledeće: prvo, mladi na izbornim listama nacionalnih manjina su više motivisani za politički angažman ili im institucionalni mehanizmi u okviru stranaka čiji su članovi olakšavaju proboj do pozicioniranja na izbornoj listi u odnosu na mlade u ostalim strankama; drugo, izuzetno visok procenat mladih na listi Dveri, čak 40%, potvrđuje tezu da se mladi polako ali sigurno okreću ka desnom polu ideološkog spektra. Ovu tezu da su mladi skloniji desničarskim idejama, nego idejama centra i levece potvrđuje i pomenuto istraživanje. Naime, čak 29% populacije mladih se ubraja u negativne vrednosne grupe (rasiste i nedemokrate) čije se vrednosne orijentacije baziraju na: visokom stepenu autoritarnosti i nacionalizma i visokom nivou nedemokratičnosti. Naspram njih, postoji 15% mladih koji se ubrajaju u grupu „modernih“, oni su: nenacionalno opredeljeni, antirasisti, nisu konformisti, i imaju poverenje u demokratiju kao poredak. Međutim, ovde se mora napomenuti da su mladi u odnosu na prosek Srbije moderniji, manje tradicionalni i manje skloni rasističkim stavovima. Ohrabrujeće je da samo 11% pokazuje sklonost ka rasističkim orijentisanim stavovima i 30% njih se izjašnjava kao modernisti, zabrinjavajući je podatak da se samo 23% mladih izjašnjava kao demokrate (CeSID/CNP/FES, 2012: 41). Ako ovome dodamo već pomenuto nepoverenje prema državnim i političkim institucijama, koje funkcionišu u okviru sadašnjeg demokratskog poretka, podatak da, većina mladih nema poverenje u demokratiju kao poredak, nije iznenađujuć. Kada govorimo o poverenju u demokratski poredak treba razlikovati poverenje u demokratiju kao jedan tip državnog i društvenog uređenja od poverenja u demokratiju koja se razvija u konkretnim političkim i društvenim prilikama Srbije. Kao zaključak se nameće da među mladima vlada tendencija nepoverenja prema konkretnom demokratskom poretku koji funkcioniše u trenutnim društvenim i političkim prilikama Srbije a čiji su glavni kreatori političke elite.

¹⁰¹ Vidi na: http://www.b92.net/info/izbori2012/vesti.php?yyyy=2012&mm=04&dd=16&nav_id=600949

Pošto smo ustanovili starosnu strukturu izbornih lista, sada ćemo prikazati koji su to kandidati mlađi od 35 godina koji će dobiti šansu da postanu mandatar Narodne Skupštine.

U Tabeli 2 je dat prikaz kandidata mlađih od 35 godina koji su poslanici u okviru parlamentarnog sastava iz 2008. godine, dok se u Tabeli 3 se nalazi prikaz kandidata mlađih od 35 godina koji bi eventualno mogli osvojiti mandat u okviru budućeg parlamentarnog sastava koji je izabran na majskim izborima. U toku analitičke obrade podataka, koristile su se izborne liste sa nedavno održanih izbora i zvanični rezultati osvojenih glasova/mandata Republičke izborne komisije.¹⁰² Metod koji je korišćen tokom procene koji kandidati će postati deo budućeg parlamentarnog sastava jeste upoređivanje broja kandidata na izbornim listama sa brojem mandata koje je lista osvojila na izborima. Mora se upozoriti da se struktura poslaničkog sastava koji je dat u Tabeli 3 može promeniti posle formiranja vlade tj. ukoliko dođe do pomeranja mandata naniže na izbornim listama.

Tabela 2: Struktura Narodne skupštine, saziv 2008. godine

Poslanička grupa	Broj članova	Broj kandidata mlađih od 35
Za evropsku Srbiju	78	15
Srpska radikalna stranka	57	8
Ujedinjeni regioni Srbije	24	4
Napred Srbijo	21	3
Demokratska stranka Srbije	20	2
Socijalistička partija Srbije - Jedinstvena Srbija	15	2
Liberalno demokratsk partija	12	4
Nova Srbija	9	2
Poslanička grupa manjina	7	4
Partija ujedinjenih penzionera Srbije	5	/
Samostalni narodni poslanici	2	/
Ukupno	250	44

Napomena: Podaci o strukturi poslaničke grupe preuzeti sa zvaničnog sajta Narodne skupštine republike Srbije: <http://www.parlament.gov.rs/narodna-skupstina-/sastav/poslanicke-grupe.48.901.html>. Prilikom utvrđivanja broja kandidata mlađih od 35 godina su se uzimali u obzir kandidati koji su u 2008. godini imali manje od 35 ili 35 godina.

Tabela 3: Struktura Narodne skupštine nakon izbora 2012. godine

Izborna lista	Br. mandata	Br. kandidata mlađih od 35 godina
Pokrenimo Srbiju	73	9
Izbor za bolji život	67	14
Socijalistička partija Srbije - Jedinstvena Srbija - Partija ujedinjenih pemzionera	44	5
Demokratska partija Srbije	21	3
Preokret	20	2
Ujedinjeni regioni Srbije	16	1
Savez vojvođanskih Mađara	5	3
Nijedan od ponuđenih odgovora	1	1
Sve zajedno	1	1
Stranka demokratske akcije Sandžaka	2	/
Ukupno	250	39

Napomena: Podaci o strukturi izbornih lista i broju osvojenih mandata su preuzeti sa zvaničnog sajta RIK-a: http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/saopstenja_frames.htm. Ovde se mora napomenuti da je ovo rezultat koji se pretpostavlja na osnovu izbornih rezultata i da može doći do pomeranja kandidata i menjanja strukture posle sastavljanja Vlade, ali se ne očekuju bitnije promene u broju poslanika mlađih od 35 godina.

¹⁰² Podaci o izbronom listama na: http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/propisi_frames.htm; Podaci o broju osvojenih mandata vidi na: http://www.rik.parlament.gov.rs/cirilica/saopstenja_frames.htm

U daljem delu rada će biti data komparativna analiza parlamentarnog sastava 2008. i sastava koji sledi nakon izbora 2012. Metod koji je korišćen prilikom ove komparativne anlike je sledeći: broj poslanika u okviru poslaničke grupe iz saziva 2008. se upoređivao sa osvojenim mandatima na izborima 2012. stranke koja se nalaze u poslaničkoj grupi.

Upoređivanjem podataka možemo zaključiti da će broj mladih u budućem sazivu parlamenta biti smanjen za 5 poslanika, što je procentualno smanjenje od 11%. Nije nimalo ohrabrujuća činjenica što se broj mladih u parlamentu smanjio. Čak i ako se uzme u obzir da će se posle sastavljanja vlade liste pomeriti nadole, ne verujemo da će to u značajnijoj meri promeniti strukturu mladih u parlamentu, eventualno će se izjednačiti sa prošlogodišnjim brojem. Mandatari mlađi od 35 godina će u narednom sazivu Narodne skupštine, prema trenutnom rasporedu mandata na izbornim listama, činiti samo 16% od njenog ukupnog poslaničkog sastava, što nije dovoljno reprezentativan broj. Parlament je institucija koja predstavlja most ili vezu između vlade i građana i koja reprezentuje (predstavlja) građane (Orlović, 2006: 87) Tumačenje ove definicije nam ukazuje da parlament Srbije ne reprezentuje u dovoljnoj meri mlađu populaciju naše države.

Kada govorimo o kandidatima na pojedinačnim izbornim listama, zaključujemo da je odnos partija koje su povećale broj mladih mandata i partija koje su smanjile taj broj približno jednak. Negativan trend beleže URS i LDP. Za Ujedinjene regione Srbije činjenica da su smanjili broj kandidata kojima je pripao mandat sa četiri na jedan nije naročito pohvalna, ali sa druge strane ne iznenađuje, kao što je već istaknuto, u prvih 100 kandidata je bilo samo 13 mladih. URS je za glavne okosnice svoje izborne kampanje izabrao ideju regionalizacije i ravnomernog ekonomskog razvoja, tako da se čini da je ova stranka više vodila računa o kriterijumu teritorijalne reprezentativnosti nego o zastupljenosti mlađe populacije. Međutim, ovde moramo istaći činjenicu da je URS zabeležio pad osvojenih mandata u odnosu na parlamentarni saziv iz 2008. godine – sa 24 na 16 (vidi Tabele 2 i 3).

Stranka koja ne samo da nije podmladila svoj budući parlamentarni sastav, već je dva puta smanjila broj mladih mandata, je Liberalno demokratska partija (LDP). Broj poslanika mlađih od 35 godina je sada 2 u odnosu na parlamentarni saziv iz 2008. godine kada je bio 4. Ovde se mora naglasiti da je LDP na izborima 2008, nastupao samostalno, dok je na sadašnjim izborima nastupio u okviru koalicije „Preokret“ zajedno sa Srpskim pokretom obnove (SPO), pa se može očekivati da je to jedan od faktora koji su uticali na strukturu mandata mlađih od 35. Bez obzira na sve, od ove stranke se očekivalo da ima više mladih mandata u parlamentu iz dva razloga. Prvi razlog je sledeće: ova stranka se tokom izborne kampanje, kao i inače, obraćala mlađim generacijama biračkog tela i računala upravo na njihove glasove. Da podsetimo - u istraživanju javnog mnjenja, 10% građana mlađih od 35 godina podržava ovu stranku. Tako da, po jačini biračke podrške čine treću stranku među mladima. Stranke koje imaju prvo i drugo mesto po jačini podrške među mladima su DS sa 31% podrške i SNS sa 24% podrške. (CeSID, mart 2012). Drugo, napomenuto je već da je ova stranka imala najveći procenat mladih na izornoj listi – 30%, ako izuzmemo stranke nacionalnih manjina. Samo dva kandidata mlađih od 35 godina od ukupnih 20 su nezadovoljavajuć rezultat naspram 30% mladih na listi.

Sledi prikaz promene starosne slike dve stranke koje uživaju najveću podršku među mladima. Napomenuto je da je stranka sa najvećom podrškom među mladima Demokratska stranka (DS) – 31% (CeSID, mart 2012). DS ima i u sazivu 2008. kao i u sazivu koji je izabran na nedavnim izborima najviše poslanika mlađih od 35 godina u svojim parlamentarnim redovima, bilo da se ugleda ukupni zbir (15 i 14) ili procentualno (19% i 21%). Ova stranka takođe beleži pad broja mandata mlađih od 35 godina – sa 15 na 14. Ali, ako uporedimo broj poslanika koje je imala poslanička grupa „Za evropsku Srbiju“ u sazivu iz 2008 – 78 naspram osvojenih 67 mandata na ovim izborima

(<http://www.rik.parlament.gov.rs>: maj 2012) registruje se neznatno povećanje od 2%. Demokratska stranka je partija koja u svojim omladinskim redovima smešta 21% svojih članova (<http://www.ds.org.rs/o-nama/ds-u-brojkama>: maj 2012). Ovaj prosek od 21% prati i parlamentarnu strukturu, pa se može pretpostaviti da se rukovodstvo stranke vodilo kriterijumom reprezentativnosti svojih mlađih članova u procesu sastavljanja izbornih lista, jer je u proseku svaki peti kandidat za mandataru upravo kandidat mlađi od 35 godina. Iako je ova stranka najviše zadovoljila kriterijum reprezentativnosti mlađe populacije, 14 kandidata mlađih od 35 godina naspram 67 mandata je ipak nedovoljno reprezentativan broj ako sagledamo brojnost i potencijal njenog omladinskog aparata kao i podršku koju uživa kod mlađe populacije. DS kao stranka sa najvećom podrškom među mlađom populacijom bi morala da ukaže veći stepen poverenja mlađim kandidatima i pusti ih u svoje parlamentarne redove.

Druga stranka po jačini podrške među mladima – 24% je Srpska napredna stranka (SNS) (CeSID, mart 2012). Napomenuli smo već da je ova stranka prvi put nastupila samostalno na parlamentarnim izborima od razlaza sa Srpskom radikalnom strankom. U neposredno održanoj izbornoj trci se udružila sa nekoliko partnera u okviru izborne liste „Pokrenimo Srbiju“. Ukazano je već na činjenicu da je broj kandidata mlađih od 35 godina na ovoj izbornoj listi ispod proseka – 18% i da naspram podrške koju uživa ova stranka među mladima, ovo nije zadovoljavajući broj. Ako ova stranka zaista želi da dovrši proces svoje „proevropske“ transformacije i nastupi kao jedan nov politički subjekt moraće da „podmladi“ svoje stranačke redove. Broj mladih koji će ući u parlament povećan je u odnosu na saziv 2008. Ali ovaj napredak ne možemo smatrati značajnim jer su u prošlom sazivu uzela učešće samo 3 predstavnika mlađe populacije. Izborna lista ove stranke je dobila tri i po puta više mandata u budućem sazivu (21: 73), dok u parlament ulazi samo 9 kandidata mlađih od 35 (vidi Tabelu 2 i 3). Procentualna zastupljenost mladih među parlamentarnim redovima ove izborne liste će biti samo 12%. Mora se istaći da ovo nije dovoljno afirmativan broj za stranačku omladinu SNS-a. Ono što je posebno interesantno za ovu listu je to da su svih devet kandidata pripadnice ženskog pola, tako da se nameće zaključak da proboj ovih mladih kandidata u prve redove liste predstavlja direktnu posledicu primene Zakona o izmenama i dopunama Zakona o izboru narodnih poslanika gde je svaka treća osoba „pripadnik onog pola koji je manje zastupljen na listi“¹⁰³ a u slučaju ove liste, to je ženski pol. Pitanje je da li bi i ovih devet poslanika dobilo mesto u vrhu liste da nije bilo primene pomenutog zakona.

Stranke koje su takođe povećale broj svojih kandidata koji će imati šansu da postanu mandataru budućeg saziva parlamenta su Demokratska stranka Srbije (DSS) i izborna lista Socijalistička partija Srbije - Jedinstvena Srbija - Partija ujedinjenih penzionera Srbije (SPS-JS-PUPS). DSS je napravio pomak sa dva na tri mandataru mlađih od 35, ali je ove godine dobio jedan mandat više u odnosu na izbore 2008. godine (vidi Tabelu 2 i 3). Izborna lista SPS-PUPS-JS će u predstojećem sazivu imati za tri više predstavnika mlađih od 35 (vidi Tabelu 2 i 3). Međutim ova partija je znatno povećala broj osvojenih mandata u odnosu na izbore 2008. godine sa 20 mesta u parlamentu na 44, ali se odlučila da zadrži isti procenat mladih mandataru – 10%. U prethodnom delu rada je napenuto da ova partija nije imala dovoljno reprezentativan broj mladih na izbornim listama samo 17%.

Političke partije imaju ključnu ulogu u političkom procesu, njih biramo na izborima, one nam nude kandidate za koje glasamo, one daju kandidate za javne funkcije, one su ključan faktor u formiranju političkih institucija, samim tim i u kreiranju i sprovođenju javnih politika. Svaka promena mora početi među njihovim redovima, jer „Arhimedovu polugu za podizanje kapaciteta političkih institucija u svakom mladom demokratskom političkom sistemu, pa i u Srbiji, čine

¹⁰³ Zakon o izmenama i dopunama Zakona o izboru narodnih poslanika, član 40, Službeni glasnik RS, br. 10/03, 12/04.

političke partije“ (Pavlović: 2012), podizanje kapaciteta političkih institucija vodi i povraćaju poverenja. Zato političke partije moraju da omoguće mladima unutar svojih partijskih struktura da imaju više uticaja na donošenje odluka.

UMESTO ZAKLJUČKA

Osnovna namera rada je bila da se prikaže slika političkog života Srbije iz vizure mlađe populacije. Pokušao se dati odgovor na pitanja: kako mladi vide i ocenjuju politička zbivanja, koliki stepen poverenja imaju u političke institucije, koliko veruju glavnim političkim akterima - partijama, da li su spremni da aktivno učestvuju u političkom životu. Odgovori na ova pitanja nisu ohrabrujući. Mladi imaju izuzetno pasivan odnos prema većini političkih pitanja. Ako se pogledaju rezultati istraživanja javnog mnjenja stvara se utisak da mladi doživljavaju politiku kao sferu koja im je nedokučiva i koja ih se ne tiče i ne pokazuju veliko interesovanje za bilo šta što je „političko“. Spremnost na politički aktivizam bilo kakve vrste je na vrlo niskom nivou, što i nije iznenađujuće, ako sagledamo činjenicu da mladi imaju vrlo nepoverljiv stav prema političkim institucijama. Jedini oblik političke aktivnosti koji se ispoljava među većinom mladih jeste izlazak na izbore.

Nameće se kao pitanje da li su ovaj stepen pasivnosti i nepoverenja opravdani? Odgovor na ovo pitanje nije nimalo jednostavan, jer svaki odnos zahteva dve strane. Mora se istaći da je stepen nepoverenja uzajaman, niti mladi veruju političkim akterima, niti politički akteri veruju mladima. Najbolji dokaz za tu tvrdnju nam je odgovor na ovo pitanje: koliko mladih zaista dobija šansu da zauzme mesto i poziciju koja im daje stvarnu priliku za politički uticaj. Ako se pogleda koliko su mladi zastupljeni u parlamentu, instituciji koja između ostalog treba da predstavlja sve građane, pa i one mlađe i neiskusnije, reklo bi se da su razlozi opravdani. Kako ostvariti interese i zahteve mlađe populacije ukoliko nemaju svoje predstavnike? Na osnovu nalaza i podataka koji su izloženi u radu uviđa se da mladi ne veruju akterima koji kreiraju političku realnost Srbije. Poruka koja bi se mogla uputiti svim političkim akterima je da bi u budućnosti trebalo da vode malo više računa o priritetima i interesima mladih prilikom donošenju političkih odluka.

Politički uticaj mladih u Srbiji je na vrlo niskom nivou i ovo mora da se promeni jer svaka pogrešna odluka koja je doneta danas će stići na naplatu mlađim generacijama, i to je razlog zbog kojeg moraju da se uključe u proces odlučivanja u većoj meri. Ali, sa druge strane, držanje po strani i pristajanje na biranje između dva zla nije rešenje. Odgovornost za ovako pesimističnu sliku dele obe strane, jer je za poboljšanje položaja mladih potreban veći stepen njihovog angažmana i samoorganizovanja, kao i nastupanje sa jasno formulisanim zahtevima.

LITERATURA

Mihailović, Srećko (2012) Predizborne beleške - Esej na belom papiru, u: Politički život, br. 4, str. 45-54; CeSID, CNP, FES, Istraživanje javnog mnjenja mart 2012. godine – Stavovi mladih o društveno-političkim prilikama, <http://www.fes.rs/pubs/2012/pdf/Stavovi%20mladih%20o%20društveno%20politickim%20prilikama%20u%20Srbiji.pdf>, Pristupljeno: maj 2012

Orlović, Slaviša (2006) Parlamentarizam i partijski život, u: Vukašin Pavlović (ur) Političke institucije i demokratija, Fakultet političkih nauka, Beograd, str. 77-99

Pavlović, Vukašin (2012) Država i društvo, Čigoja štampa, Beograd

Stojiljković, Zoran (2006) Partijski sistem Srbije, Službeni glasnik, Beograd

Slavujević, Zoran (2010) Institucije političkog sistema - Umesto simboličkog izraza prava građana da vladaju sredstvo vladavine nad građanima, u: Srećko Mihajlović (ur) Kako građani Srbije vide tranziciju- Istraživanje javnog mnjenja tranzicije, Friedrich Ebert Stiftung, Beograd

Zakon o izmenama i dopunama Zakona o izboru narodnih poslanika, član 40, Službeni glasnik RS, br. 10/03, 12/04

<http://www.baterija.org>

<http://www.b92.net>

<http://www.ds.org.rs>

<http://www.fes.rs>

<http://www.parlament.gov.rs>

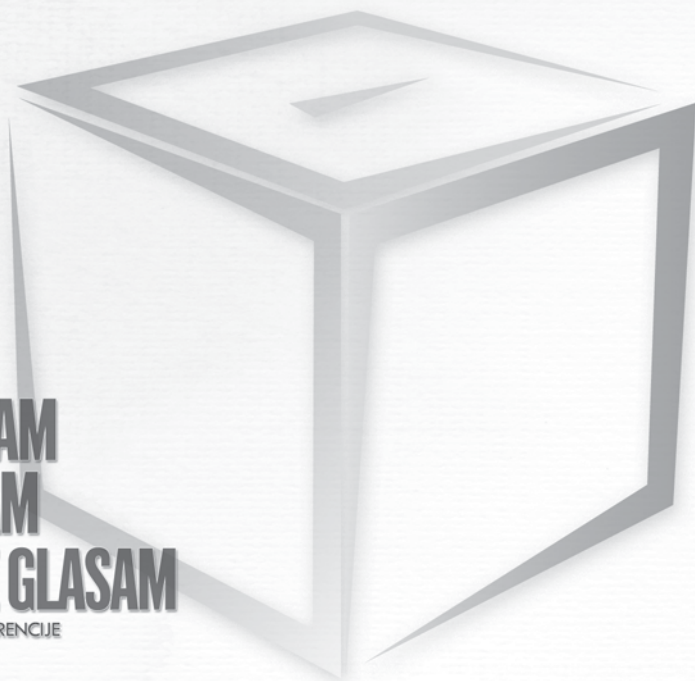
<http://www.rik.parlament.gov.rs>

<http://www.tilburguniversity.edu>

PARTIJSKA IDENTIFIKACIJA I SOCIJALNI IDENTITETI

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCİJE



IZBORNA PONUDA U SVETLU MIČIGENSKE PARADIGME IZBORNOG PONAŠANJA: OSVRT PRED IZBORE U SRBIJI 2012.¹⁰⁴

SAŽETAK

Analizirajući koncept izborne ponude u okvirima socio-psihološkog modela izbornog ponašanja autor u radu izdvaja partijsku identifikaciju i imidž lidera kao činioce sa ključnim uticajem na izbornu odluku srpskih birača na majskim izborima 2012. U drugom delu rada autor analizira raširenost partijske identifikacije u Srbiji u periodu 1990-2012.

Ključne reči: izborna ponuda, partijska identifikacija, imidž lidera/partije, teme, izborna kampanja, Srbija

U kontekstu aktuelne izborne kampanje u Srbiji jedno od osnovnih pitanja koje se nameće analitičarima izbornih procesa je pitanje ponude na političkom tržištu i načina na koji je ova obrađena i podređena zahtevima tražnje, to jest birača. U fokusu analize je osnovni zahtev koji se postavlja pred stručnjake za politički marketing – kako prilagoditi „robu“ (partije, kandidate, izborne programe i ideje) tako da ona (p)ostane prepoznatljiva u stremljenjima, htenjima i potrebama birača i uveriti ove da su upravo oni ti koji će biti u stanju da zadovolje tražnju. Ovo „prilagođavanje“ koje se sprovodi u izbornim kampanjama predstavlja uglavnom samo deo dugoročnog procesa političkog komuniciranja političkih subjekata sa biračima. Ovo je, opet, određeno dejstvom niza dugoročnih i temeljnih socijalnih faktora i individualnih karakteristika pojedinačnih birača, pa izborna kampanja kao vršna tačka u ovoj dugoročnoj aktivnosti političkih subjekata ne utiče značajnije na raspoloženje birača i na njihovu izbornu odluku. Ipak, izborne kampanje dobijaju na značaju u periodima oslabljenog uticaja partija, kao i u slučajevima izjednačenog odnosa snaga na izbornoj političkoj sceni.

Čini se da prvo na šta se pomisli kada se povede rasprava o ponudi političkih subjekata u izbornim kampanjama jesu teme koje pokreću političke partije i njihovi kandidati. Na značaj **tema/problema (issues)** u donošenju odluke birača za koga će da glasa, istraživači izbornog ponašanja ukazali su istraživanjima sprovedenim još 60-ih i 70-ih godina prošlog veka. Savremena literatura o glasanju na osnovu tema koje partije i/li njihovi kandidati pokreću u izbornim kampanjama više ne propituje da li su teme važne za biračevu odluku za koga će da glasa, već propituje koje su to teme koje su od značaja za izbornu odluku i u kakvim uslovima dolaze do izražaja. Kada se došlo do zaključka da teme determinišu biračev izbor pošlo se od jednostavnog modela prema kojem su glasači vršili procene obećanja koje kandidati daju tokom izborne kampanje i glasali za onog čije su se problemske pozicije činile najbližim njihovim sopstvenim. Međutim, kako se polje istraživanja usložnjavalo, glasanje za „najbližeg“ kandidata i „oslanjanje“ na obećanja dovedeni su u pitanje, a savremena istraživanja fokusirala su se na značaj različitih tipova tema koje partije i kandidati pokreću u kampanjama (Niemi, Vajsberg, 1993: 138). Najveći deo literature o temama koje se pokreću u izbornim kampanjama fokusiran je na ekonomske probleme i rešenja koja se za njih nude. Kada je reč o glasanju na osnovu ovih, ali i drugih tema koje se pokreću,

¹⁰⁴ Ovaj tekst rezultat je rada na projektu Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu, Evidencioni broj 179076 koji se realizuje u okviru Fakulteta političkih nauka, Univerziteta u Beogradu, finansiran od strane Ministarstva nauke Republike Srbije.

izraženo je neslaganje oko toga da li birači, donoseći odluku za koju partiju ili kandidata će da glasaju, procenjuju njihov prethodni učinak u oblastima na koje se odnose date teme ili je reč o procenama delotvornosti njihovog budućeg angažmana. Drugim rečima, preovlađuje li, kada je reč o tematskom glasanju, retrospektivno ili prospektivno glasanje? Pored pomenutih, rezultati istraživanja pokazuju da i teme iz oblasti spoljne politike takođe mogu imati značajan efekat na izbornu odluku birača (Aldrich, Sullivan, Borgida, 1993: 167).

U aktuelnoj izbornoj kampanji u Srbiji nema značajnije političke partije ili njenog kandidata koji kroz svoja izborna obećanja, pre svih, ne provlači pitanja ekonomije i životnog standarda, borbe protiv korupcije i organizovanog kriminala, evropskih integracija i Kosova, to jest zaštite nacionalnog interesa kao njihovim podtekstom. Ipak, hoće li izborna odluka srpskih birača biti zasnovana na obećanjima partija ili na proceni kompetentnosti njihovih prvaka da ova nedovoljno diskriminativna izborna obećanja i realizuju?

Dominantne teme postaju kriterijumi procene kvaliteta partija i njihovih vođstava. Procene kvaliteta partija i kompetentnosti njihovih kandidata i stepena u kojem se na njih može osloniti mogu biti pogodne za prognoze na koje će partije i kandidati bolje reagovati kada u predstojećem međuizbornom periodu iskrsnu nova pitanja, problemi i krize. Zato glasanje na osnovu **imidža partija i kandidata** u osnovi može biti racionalno, kao i glasanje na osnovu tema. Još su rezultati istraživanja ponašanja američkih birača na izborima 70-ih i 80-ih godina prošlog veka promenili sliku o uticaju imidža na biračev izbor (Niemi, Vajsberg, 1993: 143). Gotovo je opšteprihvaćeno da su ruski izbori iz 2000. godine možda i najbolji primer apsolutne dominacije imidža kandidata u odnosu na druge faktore izborne odluke. M. Tačer je primer kako lideri svojim imidžom u znatnoj meri mogu „(re)definisati“ imidž partije. Ostavka koju je podnela nakon što joj je uskraćena podrška uticala je na nagli skok podrške konzervativcima u samo dve nedelje novembra 1990. godine. Miler i Niemi uzimaju ovo kao jasan dokaz da je ona na izvestan način „odredila značenje svoje partije“ (2002: 179). Nema sumnje, to je još jasnije učinio T. Bler donoseći novi brend – Novi laburisti (*New Labour*) ukidanjem čuvene Klauzule 4 (*Clause 4*) i promenivši time istorijsku misiju laburista. Značajna podrška partiji u mnenju vrlo brzo se osetila, a usledila je i pobjeda na izborima 1997. godine. Sve u svemu, dovedeni su u pitanje zaključci istraživanja iz 1950-ih i 1960-ih godina prema kojima je glasanje na osnovu imidža kandidata u svojoj osnovi iracionalno, kao i da je imidž predsedničkog kandidata manje-više projekcija **partijske identifikacije** koja u najvećoj meri utiče na rezultate izbora.

Nisu li teme/problemi, imidž partija i kandidata i identifikacija sa političkim partijama, u stvari, osnova ponude u izbornim kampanjama? Pitanje deluje opravdanim pogotovo ukoliko se ima u vidu da istraživanja pokazuju da sama partijska identifikacija birača varira u zavisnosti od objektivnih pokazatelja stanja ekonomije, to jest u zavisnosti od biračevih procena zdravlja nacionalne ekonomije, njegovog ličnog blagostanja, procene bezbedonosne situacije kao i od njegovog slaganja ili neslaganja sa smerom promena koje određena politička partija ili njen kandidat zagovaraju. Pokazalo se da su promene u partijskoj identifikaciji birača uslovljene i retrospektivnom procenom partija i njihovih lidera, procenama njihovog angažovanja u budućnosti, promenama u popularnosti partijskih lidera, odnosno predsednika ili premijera kao partijskog „vođe“, značajnim političkim događajima, događajima u samoj kampanji, biračevim procenama valjanosti političkog sistema, to jest njegovog poverenja u politički sistem, uticajem društvenih i kulturnih podela, vrstom izbornog sistema, stepenom stabilnosti i fragmentisanosti partijske scene (Atlagić, 2007: 142-143). Rečju, ne ostaje li mičigenski socio-psihološki model najprikladniji u objašnjenju izbornog ponašanja, odnosno analize ponude i potražnje na izbornom političkom tržištu, i pored opravdanih upozorenja da ne postoje univerzalni modeli? Podsetimo, tvorci socio-psihološkog modela izbornog ponašanja identifikaciju sa strankom shvataju

kao psihološku identifikaciju individue sa grupom, duboko ukorenjenu i trajnu emocionalnu povezanost. Reč je o fenomenu kojeg karakteriše međugeneracijski transfer u okviru porodice, to jest o procesu učenja koji se ostvaruje u nizu političkih naraštaja. Trajna psihološka identifikacija građana sa političkom partijom, prema tvorcima ovog koncepta, predstavlja „egzogeni“ faktor koji determiniše stavove o kandidatu, o problemima koji se pokreću u kampanji kao i sam čin glasanja, dok ovi faktori na njega ne utiču. Ipak, tokom 60-ih i 70-ih godina prošloga veka rezultati istraživanja izbornog ponašanja pokazuju da uloga partijske identifikacije u formiranju izborne odluke birača nije nesporna kako su to videli autori mičigenske škole. Došlo je do značajnog pada nivoa raširenosti i intenziteta partijske identifikacije. Na delu je bio tzv. *dealignment*, slabljenje veza partija i birača. Slabljenje partijske identifikacije izvesnom broju autora poslužilo je kao indikator početka propasti partija (*decline of parties*). Kasnije će se pokazati da su ovi sudovi, ipak, bili ishitreni.

Mada obim ovog rada ne omogućava širu raspravu o odnosima pomenuta tri faktora izborne odluke birača i njihovog relativnog značaja u njenom donošenju, čini se neophodnim da se u kontekstu aktuelnih izbora i naučne rasprave na temu „Zašto glasam, kako glasam, ako uopšte glasam?“ baci svetlo na ova pitanja. U odsustvu tematskih razlika vrednih pažnje izborna kampanja koja se trenutno vodi u Srbiji u značajnoj meri se svodi na „odlučan obračun ličnosti u američkom stilu“ kako je magazin TIME opisao britanske izbore 1997. godine na kojima je T. Bler odneo prvu pobjedu. Donekle u TIME stilu srpsku kampanju opisuje T. Nikolić. On kaže da je kampanja u Srbiji postala Holivud „jer se u nju umešala agencija iz Amerike“. Na kampanju **protiv mene** (podv. S. A.) otići će preko 15 miliona evra i to je preko 1.000 radnih mesta. Eto toliko Srbija gubi zato što Boris Tadić ne sme izgubiti izbore“ (RTS, 28. 4. 2012). Koliko potencira činjenicu da su **kampanje srpskih partija u znatnoj meri centrirane na imidže svojih lidera i kandidata** toliko se T. Nikolić osvrće i na, po njemu, korišćenje neistina, preterivanja i negativnog oglašavanja, to jest, kako navodi, prljavu kampanju od strane DS. Ovo jesu neke od karakteristika američkih izbornih kampanja koje su sve vidljivije i u drugim, „starijim“ i „mlađim“ demokratijama. Ipak, u nekima od njih, kao npr. u skandinavskim zemljama, partije još uvek predstavljaju ključne aktere političkih procesa i političke karijere pojedinaca su nezamislive bez njihove podrške. U isto vreme, procesi komercijalizacije politike često nailaze na otpore partijskih rukovodstava, pa je kao izraz otpora „marketizaciji politike“ u Evropi stvorena sintagma „amerikanizacija“ kampanje koja sažima čitav niz neprihvatljivih karakteristika američkih kampanja za evropsku političku tradiciju (Skamel, Semetko, 1995: 21 prema Slavujević, 2009: 144).¹⁰⁵

PRIVRŽENOST SRPSKIH BIRAČA STRANKAMA KAO FAKTOR IZBORNE ODLUKE

Imajući u vidu gore izneto, a u duhu mičigenske paradigme, ostaje, dakle, da bi ključnu ulogu u donošenju odluke srpskog birača u izornoj 2012. godini mogli da imaju partijska identifikacija i imidž lidera kao faktori izborne motivacije. Polazeći od toga da partijska identifikacija predstavlja najopštiji faktor izborne odluke, faktor trajnijeg karaktera čije promene ne moraju da budu izazvane promenama partijskih lidera ili stavova, ali i od toga da i sam imidž lidera može da izvrši podsticaj na identifikaciju sa strankom, objašnjenje, po mnogima neočekivano velikog, uspeha liste na čelu sa I. Dačićem na ovim đurđevdanskim izborima ležalo bi upravo u povratku tradicionalno identifikovanih sa SPS-ovom „starom jatuu“.

¹⁰⁵ U duhu „amerikanizacije“ srpsku izbornu kampanju 2012. opisuje lider Socijalističke partije Srbije i kandidat za predsednika I. Dačić. On kaže da danas politiku u Srbiji vodi marketinški lobi, a da su političari zaboravili običnog čoveka i dodaje: „Politika je postala marketing. Sve se pretvorilo u novac. Ljudi brinu političare samo kad su izbori. Kad vas političari gledaju u vama vide samo glasove...“ (RTS, 27.4.2012).

Koliko je rašireno osećanje privrženosti srpskih birača političkim partijama? Pre nego što potražimo odgovor na ovo pitanje podsetimo da je istraživanje partijske identifikacije u Srbiji otpočelo uspostavljanjem višestranačja, odnosno s prvim postkomunističkim izborima i da je obeleženo gotovo identičnim problemima s kojima su se suočavali istraživači ovog fenomena i u drugim „mladim“ demokratijama. Osnovni problem bio je kakav pristup primeniti u empirijskim istraživanjima – da li poći od partijske identifikacije kao psihološkog fenomena, to jest „registrovati“ je pomoću pitanja u kojima se ispitanik sam određuje kao pristalica određene partije ili primeniti bihejvioristički pristup, to jest utvrđivati partijsku identifikaciju ispitanika na osnovu njegovih ranijih izbornih odluka, ili kombinovati ova dva pristupa. Potrebno je bilo, dakle, postaviti adekvatan teorijski pristup u istraživanju ovog fenomena u društvenom, odnosno političkom kontekstu drugačijem od onog odakle sam koncept potiče i u kojem je istraživani i dosledno ga operacionalizovati koristeći dovoljno diskriminativan indikator.¹⁰⁶ U istraživanju partijske identifikacije kao indikatori ove pojave koriste se članstvo u političkim partijama i ispunjavanje članskih obaveza ili određenog aktiviteta; simpatisanje određene partije i glasanje za kandidate određene stranke, prinudni izbor, odnosno izbor sa liste najvažnijih partija, „najbliža“ partija, mogućnost da se ikada glasa za neku od partija (Slavujević, 2002: 196) pa su razlike u rezultatima merenja značajne u zavisnosti od korišćenih indikatora. Određenjem partijske identifikacije koje, čini se, predstavlja najbolju sintezu elemenata dosadašnjih određenja ove pojave, Z. Slavujević pokušava da operacionalizuje pojam i „dovede“ ga do indikatora koji će se koristiti u javnomnenskim istraživanjima. Ovaj istraživač partijsku identifikaciju određuje kao *osećanje privrženosti određenoj političkoj partiji, kao prihvatanje od strane birača njenih ideoloških i političkih stavova, oblika političkog delovanja i lidera, uključivanje u njene aktivnosti i glasanje za njene kandidate, a time i kao uspostavljanje jasne distance prema drugim političkim partijama* (2009: 169). On ukazuje na nedostatke korišćenja nekih drugih indikatora u utvrđivanju partijske identifikacije. Tako ukazuje na činjenicu da se članstvo u političkim partijama retko koristi kao indikator partijske identifikacije jer članovi partija čine tek nekoliko procenata biračkog tela u mnogim državama i pokazuje uz univerzalnu tendenciju smanjivanja njihovog broja. Takođe, bliskost određenoj partiji koja se često koristi kao indikator partijske identifikacije „hvata“ slabiji intenzitet afiniteta prema partiji nego što podrazumeva partijska identifikacija, premda ukazuje na deo biračkog tela kod kojeg se, pod određenim uslovima može razviti identifikacija sa određenom partijom. Razlika između raširenosti partijske identifikacije merene osećanjem „bliskosti“ sa nekom partijom i izbornim opredeljenjem može se pripisati „različitom intenzitetu afiniteta prema partijama“ koje se „hvataju“ jednim ili drugim pitanjem. Zbog toga čini se da pitanje o „bliskosti“ pojedinim partijama, ma koliko moglo da bude korisno za prognostičku funkciju sondaža (predviđanje rezultata izbora) i marketinšku funkciju (definisanje ciljnih grupa kampanje i dr.) nije pogodno kao indikator partijske identifikacije. Konačno, građani mogu da se osećaju „bliskim“ sa više partija ali i da glasaju samo za jednu, pa se stoga izborna orijentacija, odnosno namera ispitanika da glasa za određenu partiju može smatrati izoštrenijim indikatorom partijske identifikacije (Slavujević, 2002: 197). T. Brader i J. A. Taker su mišljenja da je namera birača, iskazana u toku kampanje, da na izborima glasa za određenu partiju najizoštreniji indikator partijske identifikacije kada je reč o postkomunističkim višepartijskim sistemima (2001: 78). Ipak, iskazivanje izborne orijentacije pred same izbore nije najpouzdaniji indikator ove pojave zbog uticaja situacionih faktora poput značajnih događaja u kampanji ili kampanje po sebi na izbornu odluku birača, pa proizilazi da kao indikator partijske identifikacije treba

¹⁰⁶ Pitanje, odnosno pitanja, koja se decenijama, bez promena, koriste u istraživanju raširenosti i intenziteta partijske identifikacije među građanima Sjedinjenih Država glasi: Uopšteno govoreći, da li obično sebe vidite kao republikanca, demokratu, nezavisnog, ili kako? Ispitanik koji bi se izjasnio kao republikanac ili demokrata, pitan je zatim: „Da li biste sebe nazvali jakim republikancem/demokratom ili ne mnogo jakim republikancem/demokratom? Oni koji bi se u prvom krugu opredelili kao „nezavisni“ pitani su: „Da li vidite sebe kao bližeg Republikanskoj ili Demokratskoj partiji?“

uzimati **izbornu orijentaciju u međuizbornim periodima**. Ovim se ne odstupa od mičigenskog modela prema kojem osećanje privrženosti političkoj partiji treba istraživati preko izveštaja samog ispitanika o tom osećanju. Izborna orijentacija, to jest izražena namera da se glasa za određenu partiju kao varijabla ostaje u korpusu psiholoških varijabli.

Rezultati istraživanja sprovedenih tokom prvih petnaest godina višestranačja,¹⁰⁷ u kojima je kao indikator partijske identifikacije korišćena izborna orijentacija ispitanika, pokazuju da se kod birača u Srbiji razvi(ja)la partijska identifikacija. Kada je reč o njenoj raširenosti, a prema podacima za međuizborne periode, to jest za sredinu 1993, jesen 1994, kraj 1995, sredinu 1996, broj partijski identifikovanih iznosio je manje od polovine biračkog tela i to, redom, 50%, 48%, 42% i 40%. Raširenost partijske identifikacije u Srbiji svoj najniži nivo u periodu 1990–2000. dostiže sredinom 1998. godine kada iznosi svega 31% od ukupnog broja birača. Tokom 2001. i 2002. godine ovaj nivo bio je neuporedivo viši (između dve trećine i tri četvrtine birača), a osnov je moguće potražiti u sukobu lidera vodećih članica koalicije DOS i visokog nivoa politizacije birača. Pred kraj 2004. godine, dakle u postizbornom periodu, uočava se pad partijske identifikacije na 57%, a godinu dana kasnije na 54%. Nivo raširenosti partijske identifikacije na polovini prve decenije novog veka u proseku je bio viši nego deceniju ranije. Prema rezultatima javnomnenskog istraživanja CeSID-a sprovedenog početkom septembra neizborne 2006. godine, a koje 25. oktobra prenosi list Vreme, dolazi se do zaključka da je partijski identifikovanih u Srbiji bilo 37% birača, a već krajem oktobra iste godine, neposredno pred referendumsku kampanju za promenu Ustava Republike i približavanjem kampanje za parlamentarne izbore, broj privrženika partijama raste na 48%. Iz analize CeSID-ovog istraživanja s kraja 2009. godine, obeležene prevashodno učvršćivanjem SNS na partijskoj sceni a posle raskola u SRS u drugoj polovini 2008. i efektima zakasnele svetske finansijske krize, jasno je da su rezultati slični onima iz septembra 2006. i na nivou od oko 40%. U septembru sledeće, neizborne 2010. godine, identifikacija birača sa političkim partijama u Srbiji je na nivou od oko polovine biračkog tela, a Đ. Vuković objašnjenje porasta broja identifikovanih u ovom periodu dovodi u vezu sa Rezolucijom o Kosovu i Metohiji „koja je zagrejala političku scenu“ (Politika, 15.9.2010). U odnosu na ovaj period, uočava se velika oscilacija u raširenosti partijske identifikacije u maju naredne godine kada CeSID izlazi sa rezultatima istraživanja prema kojima je broj opredeljenih birača u tom trenutku iznosio svega 30%, uz napomenu da je samo mesec dana ranije više od 40% birača znalo za koga bi glasalo u datom trenutku. Prema pisanju dnevnog lista Press od 8. maja 2012. u CeSID-u su ovakvu situaciju tumačili razočaranošću glasača u političke prilike u Srbiji, sve nepovoljnijom ekonomskom situacijom, kao i štrajkom glađu i žeđu T. Nikolića (posle prethodnog višemesečnog neuspešnog insistiranja SNS na raspisivanju izbora – S. A.). Iz istraživanja NSPM s kraja 2011. godine, dakle već u vreme intenzivne predizborne kampanje,¹⁰⁸ proizilazi da je u Srbiji sa partijama identifikovano 62% birača, a sredinom februara 2012. godine, neposredno pred početak izborne kampanje, gotovo 70% (rezultati istraživanja „Srbija – novembar 2011.“ dostupni na www.nspm.rs/istrazivanje-javnog-mnenja). Različito vreme kada su vršena pojedina istraživanja, svakako, utiče i na razlike u rezultatima. Međutim, kako zapaža Z. Slavujević analizirajući rezultate istraživanja o broju onih koji hoće da glasaju i znaju za koga će da glasaju tokom 2011. i početkom 2012. godine, razlike su tolike i između istraživanja koja su rađena u isto vreme da dovode u pitanje pouzdanost pojedinih istraživanja.¹⁰⁹

¹⁰⁷ Reč je o podacima javnomnenskih istraživanja Centra za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka iz Beograda.

¹⁰⁸ Pod „predizbornom kampanjom“ podrazumevamo kampanju koja se vodi pre raspisivanja izbora i otpočinjanja oficijelne izborne kampanje.

¹⁰⁹ Tako je broj birača sa formiranom izbornom odlukom iznosio 32%, 28%, 34%, 21% i 36% (Faktor plus, Politika, 28. februar, 9. april, 20. decembar 2011, 3. januar 2012; Blic 17. februar 2012), zatim 84%, 72% i više od 70% (Stratedžik marketing, Press 4. novembar, Danas 25. novembar 2011, 9. februar 2012), 81% (neimenovana agencija, Kurir, 23. decembar 2011), 56% (Partner, Večernje novosti, 13. februar 2012) (Slavujević, 2011: 11).

Kada je reč o identifikaciji birača sa pojedinačnim političkim partijama u Srbiji, do aktuelnih izbora vodeća članica vladajuće koalicije u periodu 2008-2012 – DS je u posmatranim međuzbornim periodima tokom 1990-ih imala oko 5% pristalica u biračkom telu. Kasnije, u drugoj polovini 2001. godine, po preuzimanju funkcije premijera od strane lidera partije, počinje da raste podrška ovoj partiji i tada ona ima podršku 15% birača. Raširenost identifikacije na ovom nivou, tačnije na 16% biračkog tela, zadržaće se do sredine 2002. godine. Kampanja B. Tadića za predsednika Srbije značajno je uticala na povećanje broja pristalica DS pa će njihov broj krajem 2004. godine iznositi oko jedne petine od ukupnog broja birača što predstavlja najširu podršku ovoj partiji od 1990. godine. Krajem 2005. godine, dakle u neizbornom periodu, broj pristalica DS biće jednak broju iz 2002. godine – 16%. Na pad raširenosti identifikacije birača sa DS tokom 2005. godine, pored toga što je reč o neizbornom periodu, uticalo je i odvajanje od stranke frakcije Č. Jovanovića, to jest formiranje Liberalno demokratske partije. Početkom septembra 2006. privrženost DS-u osećalo je 30% izorno opredeljenih birača, to jest oko desetine biračkog tela. Nivo privrženosti ovoj partiji gotovo da je identičan i tri godine posle kada je, prema gore pomenutom istraživanju CeSID-a, iznosio 28% izorno opredeljenih, odnosno oko 11% biračkog tela. Prema istraživanju iz 2010, privrženost DS-u raste i na nivou je od oko 15% birača, odnosno 29% izorno opredeljenih. Analizom pomenutog rezultata istraživanja izbornog raspoloženja NSPM s kraja 2011. godine privrženost birača DS-u je na nivou iz 2005. i 2002. i iznosi oko 16% biračkog tela.

U posmatranim međuzbornim periodima tokom 1990-ih DSS je uživao podršku ispod 4% birača. Broj pristalica ove partije koji je pred decembarske izbore 2000. iznosio polovinu biračkog tela brzo se osuo pa je početkom 2001. godine DSS podržavalo 32%, a godinu dana kasnije 22% birača. „Labava“ podrška heterogenih grupa birača ovoj partiji s početka prošle decenije opasće do 8% krajem 2004. godine, a isti nivo raširenosti zadržao se i 2005. godine. U jesen 2006. godine, a prema analizi rezultata javnomnjenjskih istraživanja CeSID-a, sa ovom partijom bilo je identifikovano 5% birača, da bi se tri godine kasnije ovaj broj prepolumio i iznosio oko 2,4% od ukupnog broja birača, odnosno oko 6% izorno opredeljenih. Privrženost ovoj partiji porasla je sledeće godine i bila na nivou od oko 3,5% od ukupnog broja birača, da bi pred kraj 2011, a na osnovu analize podataka NSPM, iznosila procenat više.

SPS kao najjaču stranku na političkoj sceni Srbije u poslednjoj deceniji 20. veka u međuzbornim periodima podržavalo je između petine i šestine biračkog tela. Podrška ovoj partiji strmoglavo je opala posle izbora 2000. pa tokom 2001. i prve polovine 2002. godine ne prelazi 8% ukupnog biračkog tela. Krajem 2004, kao i godinu dana kasnije, nivo raširenosti identifikacije sa ovom partijom iznosi oko 3%. Analizom rezultata istraživanja CeSID-a iz 2006. i 2009. dolazi se do nešto više od 2% privrženika u ukupnom biračkom telu. Istraživanje iste organizacije iz 2010. „hvata“ savez SPS-JS na znatno višem nivou – 5% od ukupnog broja birača, a krajem 2011. NSPM nalazi sam SPS nešto iznad ovog nivoa, odnosno na 8,3% opredeljenih birača.

Izuzimajući kampanje za izbore 1992. i 1997. godine SRS tokom 1990-ih ne uživa više od 8% biračkog tela. U međuzbornim periodima krajem 1995. i sredinom 1996. godine privrženost ovoj partiji iskazuje oko dvadesetine biračkog tela. Podrška ovoj partiji kreće se između 3% i 5% u periodu tokom 2001. i prve polovine 2002. godine. Serija izbora koja je usledila, zaključno sa završetkom predsedničkih izbora iz 2004. godine doprinela je naglom porastu broja pristalica SRS, pa je ovu partiju sredinom 2004. godine podržavala gotovo jedna petina birača Srbije što je, kao i u slučaju DS, najšira podrška koju je ova partija ikada imala. U posleizbornoj 2005. godini usledio je pad kao i kod DS tako da krajem 2005. godine ove dve partije uživaju podršku od po 16% biračkog tela. Rame uz rame sa DS SRS je i 2006. sa nešto više od 10% privrženika u biračkom telu. Posle podele u ovoj partiji u drugoj polovini 2008. SNS uspeva da veći deo biračkog tela SRS „prebaci“ u svoje polje pa je 2009. partija T. Nikolića u korak sa DS sa skoro 11% privrženika

u biračkom telu dok SRS ostaje na oko 3%. Na ovom nivou SRS će ostati i 2010, a na nešto višem 2011 – 45%. SNS će u 2010. godini biti na nivou od oko 15%, a krajem 2011. na više od 17% biračkog tela.

U međuzbornim periodima 2009-2011. raširenost identifikacije sa LDP je od 2% - 2,5% u biračkom telu (2009. i 2010), a krajem 2011. na nivou od oko 4%. Na nešto nižem nivou 2011. je URS, dok je 2010. godine, prema analizi rezultata CeSID-a, partiji M. Dinkića G17 Plus bilo privrženo svega 1,5 odsto od ukupnog broja birača u Srbiji.

Rezultati istraživanja u kojima je kao indikator partijske identifikacije korišćena izborna orijentacija ispitanika u međuzbornom periodu pokazuju da se kod birača u Srbiji razvila partijska identifikacija. U analizi njene raširenosti u periodu 1990-2011. uočava se da je privrženost političkim partijama u periodu 1990-2000. znatno slabija nego posle izbora 2000. godine. Do sredine prve decenije ovog veka održava se široka identifikacija birača sa političkim strankama, da bi njenu drugu polovinu karakterisao trend pada. Tokom ovog perioda raširenost partijske identifikacije u Srbiji na nivou je raširenosti iz sredine 1990-ih godina, na oko 40% biračkog tela. (Pre)velika očekivanja birača, sukobi među vodećim članicama vladajuće koalicije, serija izbora i kampanja na različitim nivoima i značajni događaji kao karakteristike burnog perioda na političkoj i partijskoj sceni Srbije koji je usledio nakon izbora 2000, u značajnoj meri su doprineli rastu nivoa partijske identifikacije u relativno kratkom periodu. Sa druge strane, čini se da su još uvek nedovoljno uobličena partijska scena, personalistički karakter partija, razočaranje birača partijama, odnosno mišljenje da partije ne ostvaruju svoju projektovanu funkciju artikuladora i realizatora političkih interesa različitih društvenih grupa doprineli njegovom brzom povratku „na staro“ i da generalno predstavljaju smetnje značajnijem povećanju rasprostranjenosti partijske identifikacije.

Brojne rasprave na temu šta i na koji način određuje izbornu odluku birača, potvrđujući nalaze Mičigenske škole, svaka iz svog ugla doprinosi boljem razumevanju različite uloge svakog od triju pomenutih faktora izbornog ponašanja u različitim izborima i kod različitih birača. Problem koji ostaje jeste određenje njihovog relativnog značaja, odnosno uticaja na izbornu odluku glasača.

LITERATURA

Aldrich, J. H., Sullivan, J. L., Borgida, E. (1993) Foreign Policy and Voting in Presidential Elections: Are Candidates 'Waltzing Before a Blind Audience?', in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC

Atlagić, S. (2007) Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije: Teorijske kontroverze i problemi empirijskog istraživanja, Friedrich Ebert Stiftung i Fakultet političkih nauka, Beograd

Brader, T., Tucker, J. A. (2001) The Emergence of Mass Partisanship in Russia, 1993-1996 in *American Journal of Political Science*, Vol. 45, No. 1, Jan 2001, Pp 69-83, Midwest Political Science Association

Miller, W. L., Niemi, R. G. (2002) Voting: Choice, Conditioning and Constraint in LeDuc, L., Niemi, R. G., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, Sage Publications

Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (1993) What Determines How Voters Think About Politics? in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC

Slavujević, Z. (2002) Partijska identifikacija građana pre i posle izbora 2000. godine u V. Goati (ur.) *Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000. godine*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung

Slavujević, Z. (2009) *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Beograd: Grafocard

Slavujević, Z. (2012) Predizborno naduvavanje rejtinga stranaka u *Politički život: časopis za analizu politike*, Centar za demokratiju Fakulteta političkih nauka i Službeni glasnik, Beograd

GLASAČKI LISTIĆ: IZJAVA O SOCIJALNOM IDENTITETU U CRNOJ GORI? PRIMJENA SOCIODEMOGRAFSKE TEORIJE PONAŠANJA BIRAČA NA CRNU GORU

SAŽETAK

U radu je predstavljen dio sveobuhvatnog istraživanja ponašanja birača u Crnoj Gori koja je jedinstven primjer države sa predominantnom partijom u postsocijalističkom svijetu i u kojoj birači i nakon dvadeset godina vlasti Demokratske partije socijalista proistekle iz bivšeg Saveza komunista, dominantno glasaju za ovu partiju. Kako bi se bolje razumjela ova pojava na osnovu relevantne literature, konstruisano je i testirano pet prediktorskih modela glasanja: sociodemografski, harizmatiski, programski, afektivno-habitualni i klijentelistički. U radu je izložen sociodemografski model za koji se pokazalo da od pet testiranih posjeduje najveću eksplanatornu moć kada je ponašanje birača u Crnoj Gori u pitanju.

UVOD

Teorije koje ponašanje birača objašnjavaju socijalno-demografskim vezama mogle bi se vrlo precizno sumirati jednom rečenicom iz knjige *Elections and Voters: A Comparative Introduction*, koja glasi: *“A cross on the ballot is an implicit statement of social identity”*¹¹⁰ (Harop i Miller, 1987, str. 173). Naime, ove teorije se zasnivaju na pretpostavci da društveni kontekst dominantno utiče na formiranje stavova, vrijednosti ili vjerovanja pojedinaca koji se neposredno transformišu u njihove političke, a samim tim i partijske preferencije. U zavisnosti od toga sa kojom se „strukturnom“ kategorijom kao što je klasa, nacija ili religija pojedinac (birač) najviše identifikuje, ili pak koje su njegove demografske karakteristike kao na primjer kog je pola ili starosne grupacije, prema autorima koji su pripadali ovim teorijama, dominantno zavisi za koga će birač glasati.

Društveno-strukturne teorije glasanja¹¹¹ su prve pokušale da objasne kako se birači opredjeljuju za koga će glasati na izborima, međutim, ti prvi pokušaji su, s obzirom na ograničenost u to vrijeme dostupnih istraživačkih metoda, bili veoma limitirani kada je u pitanju njihova eksplanatorna moć. Naime, prije nego što su razvijene i u politikologiji upotrijebljene metode i tehnike istraživanja javnog mnjenja koje su omogućile prikupljanje više podataka na individualnom nivou, jedini način na koji se ponašanje birača moglo pratiti bili su tzv. ekološki pristupi. Njima su upoređivani agregatni podaci o izborima i populaciji koji su vrlo često preuzimani iz popisa i iz zvaničnih statistika o rezultatima izbora. Međutim, ovaj način analize omogućavao je vrlo nepouzdanu i nepreciznu zaključku, na primjer – ukoliko u nekom naselju živi veći procenat neobrazovanih i veći broj ljudi glasa za partiju X, to nužno ne mora da znači da za partiju X češće glasaju slabo obrazovani birači. Opasnost da se istraživaču potkrade skrivena intervenišuća varijabla bila je velika jer je prilikom upoređivanja agregatnih, na individualnom nivou nepovezanih, podataka mogućnost ustanovljavanja odnosa probabiliteta povezanosti (a kamoli kauzaliteta) između pojava nemoguća. Zato su se prvi istraživači političkog ponašanja koji su pokušavali da odgovore na pitanja kao što su **zašto u nekoj državi opada izlaznost birača** na taj način što su upoređivali razne dostupne demografske podatke sa popisa ili npr. podatke o prosječnoj zaradi sa rezultatima glasanja morali zadovoljiti veoma spekulativnim i posrednim objašnjenjima.

¹¹⁰ Kružić na glasačkom listiću je implicitna izjava o socijalnom identitetu. (Prevod O.K.).

¹¹¹ Naziv preuzimamo od J.J. Evansa (2004) koji sve pristupe objašnjavanju ponašanja birača dijeli na društveno-strukturne, teorije racionalnog izbora, programske (proksimacione i direkcione) i ekonomske.

Veliki napredak u studijama glasanja predstavlja uvođenje istraživanja javnog mnjenja u proučavanje ponašanja birača.¹¹² Jedna od prvih studija koja je ostavila veoma značajan trag na kasniji razvoj proučavanja ponašanja birača rezultirala je knjigom *The People's Choice* (Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1968). Knjiga je objavljena na osnovu istraživanja sprovedenog tokom predsjedničkih izbora u Americi održanih 1940. godine, a u fokusu istraživanja je bio jedan glasački distrikt u Ohaju. S obzirom na veličinu i strukturu uzorka ispitanika ovaj distrikt nije bio reprezentativan **u smislu kako će glasači na nivou Amerike glasati, ali jeste u smislu zašto će glasati kako će glasati**. Tada su po prvi put uvedene metode koji će kasnije postati standard u proučavanju ponašanja birača. Autori ove studije su u periodu od sedam mjeseci vršili panel intervjuisanje birača. Zatim su one koji su u posmatranom periodu mijenjali svoje mišljenje i političko opredjeljenje upoređivali po ličnim, demografskim i socijalnim karakteristikama sa onima koji su ostali dosljedni u svom opredjeljenju. *"These changers were compared with the constants; their personal characteristics were examined; their contacts with other people and exposure to radio and newspapers were observed; the reasons they gave for their changes were related to their objective social-economic positions; their opinions on earlier and later interviews were compared. The People's Choice, in short, is not an opinion poll report: it is the running story of attitude formation and change in the same people in a critical time of persuasion, pressure, and decision."* (Smt, 1948-1949, p. 737).¹¹³

Kao što se iz prikaza ove studije, koju je napisao G.H. Smit vidi, akcent autoru nije bio samo na socijalno-demografskim vezama već i na praćenju uticaja medija na formiranje i mijenjanje političkih stavova, međutim, ova studija nam je značajna iz više razloga. Jedan od njih je taj što po prvi put eksplicitno kombinuje tri discipline u proučavanju ponašanja birača – psihologiju, sociologiju i nauku o politici, a ova multidisciplinarnost pristupa će postati jedan od standarda za buduće istraživačke timove kada su studije glasanja u pitanju. Drugi bi bio uvođenje metoda iz psihologije kao što je panel intervju u politikološko istraživanje, dok bi treći i najvažniji iz naše perspektive bio da su promjene političkih stavova objašnjavane socijalnim kontekstom iz koga potiče pojedinac. Nekoliko godina kasnije, u studiji koja je objavljena u knjizi pod nazivom *Votingiz 1954*. godine, ista grupa autora je dalje testirala svoj model i za nas je značajno da je jedan od osnovnih zaključaka ove studije bio: *"People belonging to homogeneous social networks tended to vote for similar parties, and to do so consistently across time"* (Evans, 2004, str. 23).¹¹⁴ Iz ovakvog razmišljanja će se roditi koncept partijske identifikacije koji je promovisala mičigenska škola glasanja.

Autori prvih studija o glasanju identifikovali su tri mehanizma putem kojih društvene determinante imaju dugoročan efekat na politički izbor pojedinca (Evans, 2004, str. 45). To su:

- (a) **Proces diferencijacije.** Pod diferencijacijom se podrazumijeva činjenica da s obzirom na to da pripadnici jedne društvene grupe dijele zajedničke interese, iz toga proističe da će pripadnost različitim grupama povlačiti različite, nerijetko suprotstavljene interese.
- (b) **Proces transmisije.** Pod ovim konceptom podrazumijeva se međugeneracijsko prenošenje određenih vrijednosti koje uslovljavaju, između ostalog, i politički izbor.

¹¹² Politikologija kao nauka uopšte doživljava svoj procvat pedesetih godina prošlog vijeka pod uticajem velikog broja naučnika, posebno u oblasti psihologije, koji nakon i u toku Drugog svjetskog rata bježe iz Evrope u Sjedinjene Američke Države donoseći sa sobom nove metode kao što je na primjer panel analiza koje su podstakle razvoj bihevioralnog umjesto normativnog pristupa u politikologiji. Ove nove metode posebno podstiču razvoj proučavanja ponašanja birača.

¹¹³ „Ovi promjenjivi su upoređivani sa „konstantnima; njihove lične osobine su proučavane, njihovi kontakti sa drugim ljudima i izloženost radio programu i novinama su posmatrani, razlozi koje su navodili za mijenjanje mišljenja su dovođeni u vezu sa njihovim objektivnim društveno-ekonomskim statusom, njihovi odgovori dati na prethodnim i kasnijim intervjuima su upoređivani. Ukratko knjiga „Izbor naroda“ nije izvještaj o istraživanju javnog mnjenja. To je studija o formiranju i mijenjanju stavova ljudi tokom kritičnog perioda ubjeđivanja, pritisaka i donošenja odluke.“ (prevod O.K.)

¹¹⁴ Ljudi koji pripadaju homogenim društvenim mrežama imaju tendenciju da glasaju za slične partije i da to čine konzistentno tokom vremena.

(c) **Kontakt.** Pojedinac je u najčešćem kontaktu upravo sa članovima svoje grupe. U dužem i kontinuiranom kontaktu sa drugim grupama njegov politički stav može doći u fazu preispitivanja.

Ovi mehanizmi su ispitivani i pokazali su se vjerodostojnim u brojnim sociološkim studijama. Vrijednosti i stavovi koje pojedinac usvoji u procesu socijalizacije teško se kasnije mijenjaju, mada to nije nemoguće u nekom dužem kontaktu sa drugom društvenom grupom.

Iako se na prvi pogled čini da su autori u okviru ovih teorija u potpunosti zanemarivali psihološki aspekt odlučivanja, to nije sasvim tačno. I prve studije koje su ispitivale uticaj recimo klasne ili nacionalne pripadnosti na glasanje kao što je to na primjer studija *The American Voter* proistekla iz tzv. čikaške škole (Kembel, Konvers, Miler i Strouks, 1960) uzimale su u obzir privrženost partiji koja nije data, već se formira kroz proces političke socijalizacije, koji je opet uslovljen društvenom strukturom. Autori ove studije kao svoju hipotezu navode *“that the partisan choice the individual voter makes depends in an immediate sense on the strength and direction of the elements comprising a field of psychological forces, where these elements are interpreted as attitudes toward the perceived objects of national politics”*¹¹⁵ (Kembel, Konvers, Miler i Strouks, 1960, str. 9) iz čega je jasno vidljiva njihova orijentacija na to da uticaj socijalnih i demografskih predispozicija tretiraju sa psihološkog aspekta. Zbog toga Ivan Šiber rad *čikaške škole* svrstava u **psihološko-političke** pristupe, izdvajajući proučavanju ponašanja birača, dok Džoslin Evans isti rad uzima kao primjer socijalno-strukturnih teorija ponašanja birača (Šiber, 2007, p. 14).

SOCIJALNO-DEMOGRAFSKI PREDIKTORSKI MODEL GLASANJA U CRNOJ GORI

U Crnoj Gori je 2010. godine na Fakultetu političkih nauka sprovedeno prvo sveobuhvatno istraživanje ponašanja birača u Crnoj Gori. Predmet istraživanja bilo je na osnovu dostupne teorijske građe operacionalizovano pet osnovnih tipova veze između birača i partija: 1) socijalno-demografski tip veza pod kojima se podrazumijevaju one koje su uslovljene određenim demografskim ili socijalnim svojstvima birača, kao što su na primjer pol, mjesto prebivališta, nacionalnost, vjeroispovijest, obrazovanje, porijeklo, zanimanje i slično, 2) afektivno-habitualni tip veza koje karakteriše afektivna i habitualna veza sa partijom izražena kroz koncept partijske identifikacije mičigenskog modela, 3) harizmatski tip veza koje nisu zasnovane ni na direktnoj ni na indirektnoj koristi birača, već na potrebi za snažnim i sposobnim liderom, 4) programski tip veza koje podrazumijevaju da je birač motivisan da glasa za određenu partiju ili kandidata ostvarenjem nekog indirektnog, najčešće opšteg interesa, koji je opisan u programima partija/kandidata koje su u političkoj ponudi, i 5) klijentelistički tip pod kojima se podrazumijevaju one veze između birača i kandidata koja su motivisane postizanjem određenog ili potencijalnog ličnog, direktnog i partikularnog interesa.

Na osnovu teorijskog okvira koncipirano je pet prediktorskih modela i kroz empirijsko istraživanje mjereno koji od navedenih faktora imaju najveću prediktorsku moć kada su birači u Crnoj Gori u pitanju.¹¹⁶ U ovom radu, predstavimo rezultate za socijalno-demografski prediktorski model.

Testirana radna hipoteza je glasila: **Na političko opredjeljenje birača u Crnoj Gori dominantno utiču sociodemografske karakteristike, kao što su pol, nacionalnost, vjerska pripadnost i socijalni status.**

¹¹⁵ „... da izbor partije koji individualni birač čini zavisi najdirektnije od psiholoških sila, koje su interpretirane kao stavovi prema objektima nacionalne politike“ (prevod O.K.).

¹¹⁶ Terenski dio istraživanja je na za Crnu Goru reprezentativnom uzorku od 1.418 ispitanika sproveden tokom 2010. godine u okviru projekta koji je podržalo Ministarstvo prosvjete i nauke Crne Gore.

Da bismo testirali ovu hipotezu, konstruisali smo socijalno-demografski prediktorski model glasanja koji treba da pokaže u kojoj mjeri glasanje za pet crnogorskih partija možemo predvidjeti na osnovu deset nezavisnih socijalno-demografskih varijabli.

Naravno, treba napraviti jasnu razliku između predikcije izbornog ponašanja i objašnjenja izbornog ponašanja. Predikcijski modeli koje smo konstruisali za svaki od pet tipova veze koje ćemo testirati ukazuju na to da li i u kojoj mjeri socijalno-demografskom teorijom možemo predvidjeti izbornu ponašanje. Odgovor na pitanje zašto, pak, postoji veća vjerovatnoća da će birač glasati za partiju X ukoliko živi u centralnom dijelu države ili ima prihode između 300 i 600 evra statistika nam neće dati, pa ćemo se vratiti na teorijsku ravan kako bismo dobijenim podacima dali smisao.

Osnovni cilj analize podataka bio je da se za pet partija, koje su bile predmet istraživanja, utvrdi model koji ima prediktorsku vrednost. Za ovu svrhu je po identičnoj proceduri korišćen metod logističke regresije.¹¹⁷ Dakle, za svaku pojedinu partiju, na osnovu prediktorskih varijabli, računali smo logaritamsku vjerovatnoću da se glasači za nju opredijele ili ne opredijele za konkretnu partiju.

Varijable koje smo koristili za konstruisanje demografsko-socijalnog modela su:

- Pol/rod:
 - » muški;
 - » ženski.
- Starost (varijabla je radi efikasnije statističke obrade transformisana u tri kohorte):
 - » od 18 do 34 godine;
 - » od 35 godina do 54 godine;
- preko 55 godina.
- Nacionalna pripadnost:
 - » Crnogorac;
 - » Srbin;
 - » Albanac;
 - » Bošnjak;
 - » Musliman;
 - » Hrvat;
 - » Drugo.
- Obrazovanje
 - » osnovnu školu ili manje;
 - » srednju stručnu spremu/3. stepen;
 - » četvorogodišnju srednju školu;
 - » višu školu;
 - » visoku školu;
 - » magisterij, doktorat.
- Veličina i tip naselja u kome ispitanici žive:
 - » gradu;
 - » prigradskom naselju;
 - » selu.

¹¹⁷ Korišćena je „stepwise“ procedura na osnovu „wald statistics“.

- Zanimanje:
 - » poljoprivrednik;
 - » NKV radnik;
 - » KV radnik;
 - » službenik (srednja stručna sprema);
 - » službenik (viša, visoka stručna sprema);
 - » privatnik, preduzetnik;
 - » đak, student;
 - » penzioner;
 - » domaćica;
 - » menadžer/rukovodilac;
 - » stručnjak;
 - » drugo.
- Zaposlenje:
 - » javnom sektoru;
 - » privatnom sektoru;
 - » samozapošljen/a;
 - » nijesam zapošljen/a;
- Tip zaposlenja:
 - » stalni radni odnos;
 - » zaposlenje na određeno vrijeme po ugovoru;
 - » nezaposlen/a, tražim posao;
 - » nijesam zaposlen, ne tražim posao;
 - » penzioner/ka;
 - » drugo.
- Konfesionalna pripadnost:
 - » Pravoslavnoj (Srpska pravoslavna crkva);
 - » Pravoslavnoj (Crnogorska pravoslavna crkva);
 - » Islamskoj;
 - » Katoličkoj;
 - » nekoj drugoj;
 - » bez vjerske pripadnosti.
- Prihod (varijabla je radi efikasnije statističke obrade transformisana u tri kohorte):
 - » do 300 eur;
 - » od 301 do 600 eur;
 - » preko 600 eur.
- Bračni status:
 - » neoženjen/neudata;
 - » oženjen/udata;
 - » udovac/udovica;
 - » razveden/a;
 - » razdvojen/a.

Iako smo ispitanicima u istraživanju ponudili mogućnost da se opredijele za sve parlamentarne partije u Crnoj Gori, u model smo uključili samo pet najvećih, s obzirom na to da je broj ispitanika koji se opredijelio za ostale suviše mali da bi se na osnovu analize tih podataka mogli dobiti statistički značajni rezultati. Pet partija koje su uključene u model su: Demokratska partija

socijalista (471 ispitanik, tj. 33,2% uzorka), Socijaldemokratska partija (52 ispitanika, tj. 3,7% uzorka), Socijalistička narodna partija (210 ispitanika, tj. 14,8% uzorka), Pokret za promjene (51 ispitanik, tj. 4,2% uzorka) i Nova srpska demokratija (77 ispitanika, tj. 5,4% uzorka). Promjene u podršci partijama nastaju uglavnom zbog tzv. *floating* birača¹¹⁸ koji nemaju izgrađene stabilne političke preferencije već se dominantno opredjeljuju na osnovu kratkoročnih faktora kao što su kampanja, relevantni društveni događaji, popularnost u medijima i sl. Samim tim oni su inače teško uhvatljivi za ovu vrstu analize, a svakako nereprezentativni kada je u pitanju dominantna motivacija glasanja za određenu partiju.

Rezultati istraživanja, prije svega, ukazuju na cjelishodnost primjene sociodemografskog modela u predikciji glasanja za tri partije – DPS, gdje smo modelom uspjeli da objasnimo 35% ukupne varijanse, SNP, gdje smo modelom objasnili čak 39% varijanse i NOVA gdje smo modelom objasnili 26% varijanse. To je s obzirom na standarde modeliranja više nego zadovoljavajući rezultat i ukazuje na to da se socijalno-demografskom teorijom u slučaju ove tri partije može objasniti značajan procenat glasova.

Model se pokazao manje uspješnim u slučaju PZP (svega 6% varijanse) i SDP (10% varijanse) što znači da u slučaju ove dvije partije socijalno-demografske varijable nisu dovoljno diskriminatorne za objašnjavanje motivacije birača.

Kada je u pitanju DPS, u Tabeli 1 vidimo da je najsnažniji prediktor „pripadnost srpskoj nacionalnosti“ ($B=-2.799$, $p<0.01$),¹¹⁹ ukoliko se neko izjasnio kao Srbin vjerovatnoća glasanja za DPS značajno opada. Drugi prediktor po značaju je „pripadnost Crnogorskog pravoslavnoj crkvi“ ($B=1.345$, $p<0.01$), tj. vjerovatnoća glasanja za DPS u slučaju da ispitanik podržava CPC raste. Vjerovatnoća glasanja za DPS raste u slučaju da ispitanik živi na selu ($B=0.43$, $p<0.01$), bavi se preduzetništvom ($B=0.585$, $p<0.05$) ili je, pak, domaćica ($B=0.466$, $p<0.05$), ako je zaposlen u javnom sektoru ($B=0.765$, $p<0.01$), ako pripada Srpskoj pravoslavnoj crkvi ($B=0.431$, $p<0.05$) ili je islamske vjeroispovijesti ($B=0.7$, $p<0.01$).

Tabela 1: Socijalno-demografski prediktorski model glasanja za DPS

DPS	B	S.E.	Wald
Srbin	-2.799***	.249	126.427
Selo	.437**	.152	8.231
Preduzetnik	.585*	.293	3.977
Domaćica	.466*	.192	5.901
Javni sektor	.765***	.178	18.471
Srpska pravoslavna crkva	.431*	.219	3.868
Crnogorska pravoslavna crkva	1.345***	.223	36.333
Islamska vjerska zajednica	.700**	.226	9.570
Constant	-1.110	.193	32.937

Pseudo R2 = .358* Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit X^2 (df, 8) = 15.232, $p=.055$.

* Pod „pseudo R2“ mi označavamo Nagelkerke R Square

¹¹⁸ Ne postoji adekvatan prevod na naš jezik termina *floating voter*. Pod njim se podrazumijevaju birači koji imaju nestabilno biračko opredjeljenje i koji su skloni tome da mijenjaju partije za koje glasaju od izbora do izbora. Ovaj za politikologe, ali i političare veoma važan fenomen (s obzirom da upravo *floating voters* čine bazu za mobilizaciju biračkog tijela uoči izbora) interesovao je mnoge počev od 1944. godine kada su Lazarsfeld, Berelson i Gaudet u studiji Voting prvi put registrovali i opisali pojavu (Klasen, 2007, str. 125). Mogući kolokvijalni naziv za ovu kategoriju birača bili bi „meki“ birači.

¹¹⁹ Vrijednosti regresionih koeficijenata se mogu upoređivati iako su nestandardizovani s obzirom na to da su sve varijable koje su korišćene u modelu transformisane u dvovalentne, *dummy varijable*.

Za razliku od visoke vrijednosti R2 kada je u pitanju DPS, socijalno-demografskim modelom možemo objasniti svega 10% varijanse glasanja za SDP, što znači da su ove varijable slabiji prediktori opredjeljivanja za ovu partiju. Od onih koje imaju statističku značajnost, pozitivni prediktori su viša škola kao obrazovni profil (B=0.908, p<0.01), status penzionera (B=0.737, p<0.05) i razdvojenost sa supružnikom kao bračni status (B=2.989, p<0.05). Snažan negativan prediktor glasanja za SDP je pripadnost Srpskoj pravoslavnoj crkvi (B=-1.687, p<0.01).

Tabela 2: Socijalno-demografski prediktorski model glasanja za SDP

SDP	B	S.E.	Wald
Viša škola	.908**	.347	6.850
Penzioner	.737*	.335	4.836
Srpska pravoslavna crkva	-1.687***	.360	21.911
Bračni status – razdvojen/a	2.239*	1.038	4.650
Constant	-2.989	.195	234.373

Pseudo R² = .104. Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit X² (df, 3) = 2.344, p=.504

Kada je u pitanju SNP dobili smo model koji ima najveću prediktivnu vrijednost i kojim je obuhvaćeno čak 39% varijanse što je po konvenciji više nego zadovoljavajuća vrijednost. Najjači prediktor glasanja za SNP je kao i za DPS srpska nacionalnost (B=2.232, p<0.01) s tim što je ona u ovom slučaju pozitivan prediktor, tj. vjerovatnoća glasanja za SNP ukoliko se neko izjašnjava kao Srbin raste. Visok pozitivan prediktor je i pripadnost Srpskoj pravoslavnoj crkvi (B=1.686, p<0.01). Takođe, ukoliko je ispitanik završio višu školu vjerovatnoća glasanja za SNP raste (B=0.827, p<0.01). Negativni prediktori glasanja za SNP su, pak, grad kao tip naselja (B=-0.491, p<0.01), bavljenje preduzetništvom (B=-1.3, p<0.05), i bračni status neoženjen/neudata (B=-0.619, p<0.01).

Tabela 3: Socijalno-demografski prediktorski model glasanja za SNP

SDP	B	S.E.	Wald
Srbin	2.232***	.254	77.230
Viša škola	.827**	.245	11.350
Grad	-.491**	.183	7.239
Preduzetnik	-1.300*	.568	5.241
Srpska pravoslavna crkva	1.686***	.374	20.270
Neoženjen/neudata	-.619**	.205	9.110
Constant	-4.106	.334	150.942

Pseudo R² = .394. Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit X² (df, 7) = 17.114, p=.017

Socijalno-demografski prediktorski model je obezbijedio najlošije rezultate u slučaju PZP-a, uspjevši da objasni svega 6% varijanse. To ukazuje na činjenicu da na osnovu socijalno-demografskih varijabli možemo najslabije da predviđamo glasanje za ovu partiju. Od onih koje jesu statistički značajne, na osnovu logističke regresije, njih četiri koje se pojavljuju kao pozitivni prediktori. To su starost između 35 i 54 godine (B=0.72, p<0.05), visoko obrazovanje (B=0.851, p<0.05), status đaka ili studenta (B=1.163, p<0.01) i pripadnost Srpskoj pravoslavnoj crkvi (B=1.116, p<0.01).

Tabela 4: Socijalno-demografski prediktorski model glasanja za PZP

PZP	B	S.E.	Wald
35 do 54 godina	.728*	.313	5.425
Visoka škola	.857*	.359	5.714
Đak, student	1.163**	.437	7.068
Srpska pravoslavna crkva	1.116**	.334	11.128
Constant	-4.593	.360	162.819

Pseudo R² = .065. Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit X² (df, 5) = 3.664, p=.599

Kada je u pitanju Nova srpska demokratija, socijalno-demografski prediktorski model uspijeva da objasni 26% varijanse. U slučaju ove partije kao pozitivni prediktori javljaju se centralni region (B=0.799, p<0.01), srpska nacionalnost (B=1.454, p<0.01), zaposlenje na neodređeno vrijeme (B=0.744, p<0.01) i pripadnost Srpskoj pravoslavnoj crkvi koja je najznačajniji prediktor u modelu (B=3.600, p<0.01). Negativni prediktori su starost između 35 i 54 godine (B=-0.680, p<0.05) i ženski pol (B=-0.577, p<0.05).

Tabela 5: Socijalno-demografski prediktorski model glasanja za NOVU

NOVA	B	S.E.	Wald
Od 35 do 54	-.680*	.284	5.730
Centralna regija	.799**	.255	9.804
Ženski pol	-.577*	.255	5.136
Srbin	1.454***	.331	19.309
Stalni radni odnos	.744**	.269	7.623
Srpska pravoslavna crkva	3.600**	1.118	10.374
Constant	-6.980	1.111	39.465

Pseudo R² = .267. Hosmer and Lemeshow Goodness-of-fit X² (df, 8) = 5.107, p=.746

Da bismo dodatno ilustrovali uticaj socio-demografskih faktora na opredjeljenje birača pribjeći ćemo mnogo slikovitijoj deskriptivnoj statistici. U tabeli koja slijedi data je prosta kontingenciona matrica partijskog izbora i nacionalnog opredjeljenja, gdje se jasno uočava linija rascjepa po kojoj pripadnici srpske nacionalnosti glasaju za partije opozicije, dok pripadnici crnogorske nacionalnosti, kao i pripadnici nacionalnih manjinskih grupa preferiraju partije koje se nalaze u poziciji vlasti.

Činjenica da među apstinentima ima najviše onih koji se deklarišu kao Crnogorci dodatno potkrepljuje već iznešenu tezu da snaga nacionalnog rascjepa pospješuje dominaciju jedne partije smanjujući mogućnosti za alternativno opredjeljenje onih koji se nacionalno osjećaju kao Crnogorci. Na taj način se zamrznuta nacionalna podjela transponuje u zamrznutu partijsku podjelu, a ova pak u zamrznut tip partijskog sistema – **sistem sa predominantnom partijom**. Iako ovo nije jedini elemenat objašnjenja produžene dominacije jedne partije u Crnoj Gori, svakako je jedan od važnijih.

Podaci iz Tabele kontingencije 2 dodatno osnažuju prethodne nalaze. Naime, u tabeli kontingencije koja slijedi dati su podaci o opredjeljivanju za partije u odnosu na konfesionalnu pripadnost, gdje se linije razdvajanja još jasnije mogu uočiti. Za partije opozicije dominantno se opredjeljuju pripadnici Srpske pravoslavne crkve.

Tabela kontingencije 1: Glasanje za partije po nacionalnosti

		DPS	SDP	SNP	NOVA	PZP	apstinenti	ostali	Total
Crnogorac	N	331	29	24	27	12	112	24	559
	%	59.2%	5.2%	4.3%	4.8%	2.1%	20.0%	4.3%	100.0%
Srbin	N	22	6	185	23	63	96	35	430
	%	5.1%	1.4%	43.0%	5.3%	14.7%	22.3%	8.1%	100.0%
Albanac	N	29	1	1	0	0	13	22	66
	%	43.9%	1.5%	1.5%	.0%	.0%	19.7%	33.3%	100.0%
Bošnjak	N	22	4	0	0	0	5	12	43
	%	51.2%	9.3%	.0%	.0%	.0%	11.6%	27.9%	100.0%
Musliman	N	61	11	0	1	0	16	10	99
	%	61.6%	11.1%	.0%	1.0%	.0%	16.2%	10.1%	100.0%
Hrvat	N	2	1	0	0	0	2	8	13
	%	15.4%	7.7%	.0%	.0%	.0%	15.4%	61.5%	100.0%
Drugo	N	3	1	1	0	1	4	3	13
	%	23.1%	7.7%	7.7%	.0%	7.7%	30.8%	23.1%	100.0%
Total	N	470	53	211	51	76	248	114	1223
	%	38.4%	4.3%	17.3%	4.2%	6.2%	20.3%	9.3%	100.0%

$\chi^2(36, N = 1223) = 692.383; p < .01$

Tabela kontingencije 2: Glasanje prema konfesionalnoj pripadnosti

		DPS	SDP	SNP	NOVA	PZP	apstinenti	ostali	Total
Srpska pravoslavna crkva	N	137	10	200	39	76	139	40	641
	%	21.4%	1.6%	31.2%	6.1%	11.9%	21.7%	6.2%	100.0%
Crnogorska pravoslavna crkva	N	173	19	6	7	1	35	7	248
	%	69.8%	7.7%	2.4%	2.8%	.4%	14.1%	2.8%	100.0%
Islamska	N	115	17	1	2	0	36	38	209
	%	55.0%	8.1%	.5%	1.0%	.0%	17.2%	18.2%	100.0%
Katolička	N	25	4	0	1	0	12	21	63
	%	39.7%	6.3%	.0%	1.6%	.0%	19.0%	33.3%	100.0%
Neka druga	N	1	1	1	1	0	2	1	7
	%	14.3%	14.3%	14.3%	14.3%	.0%	28.6%	14.3%	100.0%
Bez vjerske pripadnosti	N	18	2	1	2	0	25	3	51
	%	35.3%	3.9%	2.0%	3.9%	.0%	49.0%	5.9%	100.0%
Total	N	469	53	209	52	77	249	110	1219
	%	38.5%	4.3%	17.1%	4.3%	6.3%	20.4%	9.0%	100.0%

$\chi^2(30, N = 1219) = 496.093; p < .01$

Druge demografske podjele imaju mnogo manji eksplanatorni potencijal. Tako, na primjer, vidimo da su birači relativno ravnomjerno distribuirani kada je u pitanju pol, iako žene manje preferiraju Novu srpsku demokratiju i Pokret za promjene, dok više preferiraju Socijaldemokratsku partiju u odnosu na muškarce. Ključan nalaz iz ove tabele je da među apstinentima, dakle onima koji ne glasaju na izborima, ima gotovo 20% više žena nego muškaraca. Razlozi se mogu tražiti u tome da je crnogorsko društvo tradicionalno i maskulino, te da se žene teže pronalaze u javnoj sferi, posebno u sferi politike.

Tabela kontingencije 3: Glasanje za partije prema polu

		DPS	SDP	SNP	NOVA	PZP	apstinenti	ostali	Total	
Muški	N	233	22	105	27	48	100	63	598	641
	%	39.0%	3.7%	17.6%	4.5%	8.0%	16.7%	10.5%	100.0%	100.0%
Ženski	N	238	30	106	24	29	151	52	630	248
	%	4.8%	16.8%	3.8%	4.6%	24.0%	8.3%	100.0%	100.0%	100.0%
Total	N	471	52	211	51	77	251	115	1228	1219
	%	38.4%	4.2%	17.2%	4.2%	6.3%	20.4%	9.4%	100.0%	100.0%

$\chi^2(6, N = 1228) = 16.746; p < .01$

Ukoliko pitanje **koliko ste uopšte zainteresovani za politiku** krostabuliramo sa podacima o polu ispitanika, postaje jasnije da su žene češće politički apstinenti u Crnoj Gori. Pored tradicionalnih razloga, dio objašnjenja može se tražiti u tome da političke partije u Crnoj Gori nemaju strukturiranu ponudu ka ženskoj populaciji birača. Kada neka od partija i odluči da se obrati ovoj demografskoj kategoriji, poruke koje se plasiraju imaju dominantno tradicionalni karakter – žena kao stub „kuće“ koje implicitno poručuju da ženama zapravo nije mjesto u politici.

Tabela kontingencije 4: Zainteresovanost za politiku u odnosu na pol

		veoma zainteresovan/a	donekle zainteresovan/a	ne baš zainteresovan/a	nisam uopšte zainteresovan/a	total
Muški	N	102	315	158	92	667
	%	15.3%	47.2%	23.7%	13.8%	100.0%
Ženski	N	43	182	244	248	717
	%	6.0%	25.4%	34.0%	34.6%	100.0%

$\chi^2(3, N = 1384) = 147.960; p < .01$

Kada je u pitanju starosna struktura birača, vidimo da među biračima DPS, SNP i PZP dominiraju birači u srednjoj starosnoj kohorti (od 35 do 55 godina). Među biračima NOVE vidimo da su jednako zastupljeni najmlađi i najstariji, a kod SDP dvije najstarije kohorte birača.

Tabela kontingencije 5: Glasanje za partije u odnosu na starosnu strukturu

		DPS	SDP	SNP	NOVA	PZP	apstinenti	ostali	Total
18-34	N	151	16	56	18	28	106	40	415
	%	36.4%	3.9%	13.5%	4.3%	6.7%	25.5%	9.6%	100.0%
35-55	N	179	18	81	24	20	79	41	442
	%	40.5%	4.1%	18.3%	5.4%	4.5%	17.9%	9.3%	100.0%
55+	N	141	19	74	9	28	66	33	370
	%	38.1%	5.1%	20.0%	2.4%	7.6%	17.8%	8.9%	100.0%
Total	N	471	53	211	51	76	251	114	1227
	%	38.4%	4.3%	17.2%	4.2%	6.2%	20.5%	9.3%	100.0%

$\chi^2(12, N = 1227) = 22.881; p < .05$

Kao što vidimo iz tabele kontingencije 5 među apstinentima dominiraju mladi. Nešto manje od pola apstinentata pripada starosnoj grupi ispod 34 godine, što ukazuje na određeni otklon od politike među mlađom populacijom.

Na kraju, iako zbog obima i fokusa ovog rada nismo detaljnije ulazili u elaboraciju preostala četiri modela testirana istraživanjem, pokazaćemo u tabeli njihov relativan odnos kroz procenat varijanse koju objašnjavaju kada je ponašanje birača u Crnoj Gori u pitanju.

Tabela 6: Ukupna varijansa glasanja koju objašnjavaju prediktorski modeli

Model	DPS	SDP	SNP	PZP	NOVA
Socijalno-demografski	35%	10%	39%	6%	26%
Afektivno-habitualni	11.8%	1%	3%	2%	11.2%
Harizmatski	66%	39%	48%	44%	43%
Programski	12%	8%	3%	20%	17%
Klijentelistički	6%	0%	3%	3%	4%

Kao što vidimo, najveći procenat varijanse smo u prosjeku uspijevali da objasnimo harizmatskim i socijalno-demografskim modelom, dok smo najmanje uspjeha imali sa klijentelističkim. Pri tome, valja istaći da su klijentelističke veze najteže „uhvatljive“ empirijskim istraživanjem, što donekle može objasniti relativan neuspjeh ovog modela.

ZAKLJUČAK

Dakle, možemo potvrditi da demografsko-socijalne veze zaista jesu značajne kao prediktori glasanja u Crnoj Gori. Posebno se ističu nacionalnost i vjeroispovjest, kao dva ključna identitetska pitanja koja imaju svoje mjesto u partijskom marketingu. Kao što Johana Birnir kaže: *“... ethnic identity serves as a stable but flexible information shortcut for political choices”*¹²⁰ (Birnir, 2007, str. 9). Međutim, kada je Crna Gora u pitanju, mi smatramo da etničke, tj. u našem slučaju nacionalne podjele prevazilaze poziciju **prečice** i zauzimaju prostor dominantnog društveno-političkog rascjepa. Kao što kažu Đukanović, Kuzmanović, Lazić, Bešić: „Problem s ovakvim podjelama je u to što one zasijecaju društveno tkivo na mjestu koje skoro ultimativno zahtijeva barem minimalni konsenzus. Drugim riječima, ma kako se, pod uticajem različitih spoljnih događaja i sa njima povezanih mobilizacijskih strategija elita, kretao broj pristalica jedne ili druge ideje o državnom ustrojstvu, manjina koja ne prihvata postojeći oblik (ma kakav on bio) obuhvataće toliki broj stanovnika da će se vlast neprestano suočavati s problemom svog legitimiteta“ (Đukanović, Kuzmanović, Lazić, i Bešić, 2001, str. 314).

Kao ilustrativan primjer navodimo izvod iz članka iz dnevnog lista Vijesti, koji je objavljen 15. januara 2011. godine uoči početka sprovođenja popisa stanovništva, pod nazivom „Počinje bitka za nacionalne procenat“, „Političke partije će od februara voditi kampanju da utiču na rezultate popisa stanovništva“, „Vladajuća koalicija i opozicija će u februaru početi s javnom, ali i terenskom kampanjom za popis stanovništva kako bi uticale na konačne rezultate izjašnjavanja građana“. Iako političari u javnim nastupima ističu da je popis statističko pitanje, više istaknutih funkcionera vladajućih i opozicionih partija Vijestima je potvrdilo da će za terensku kampanju uoči popisa biti priprave čitave stranačke infrastrukture. Prema tvrdnjama sagovornika Vijesti, vlast će pokušati da poveća procenat građana koji se izjašnjavaju kao Crnogorci i govore crnogorskim jezikom, dok će se opozicija uglavnom truditi da zadrži sadašnji procenat Srba u Crnoj Gori“. Ovaj primjer govori o tome da je nacionalni identitet za političke partije, paradoksalno, osnovna „programska“ podjela.

Rascjep po nacionalnoj osnovi kao osnovni partijski rascjep možemo posmatrati i u skladu sa Lipset-Rokanovom teorijom o ključnim rascjepima koji su nastajali u vrijeme stvaranja nacionalnih država (Lipset i Rokan, 1967), a koji su nakon izbora političke elite prerasli u osnovne političke linije razdvajanja po kojima se izgradio partijski sistem. Iako se primjećuje slabljenje uticaja tradicionalnih društvenih rascjepa na individualne preferencije birača, autori su primijetili ponovno vraćanje na ove rascjepe u partijskom odgovoru na nove izazove (Marks i Vilson, 2000, p. 434).

Lipset-Rokanova teorija nije, kako bi se na prvi pogled moglo učiniti, neprimjenjiva na postsocijalistička društva. Naprotiv, moglo bi se reći da je upravo nacionalni rascjep po pitanju identifikacije koji prevazilazi pitanje etničke skupine i prerasta u pitanje državnosti dominantno

¹²⁰ „...etnički identitet služi kao stabilna, ali fleksibilna prečica za informisanje u svrhu donošenja političkih izbora.“ (Prevod O.K.).

političko pitanje koje je zamrznuto u Crnoj Gori. Nakon socijalističkog iskustva tokom koga je ovo pitanje mirovalo, vraćanje pluralizma i stvaranje prvih partija označilo je i vraćanje ovog rascjepa na velika vrata političke scene. Štaviše, neriješeno državno pitanje i odnosi sa Srbijom doprinijeli su da se biračko tijelo čvrsto mobilise u dva kampa „za“ i „protiv“. Čak i nakon Referenduma o državno-pravnom statusu Crne Gore, ovo pitanje opstaje na političkoj sceni u korpusu identitetskih pitanja koja i dalje dominantno formiraju politički diskurs.

“This history of imperialism, collaboration and border changes have encouraged three interrelated assumptions which are now widely accepted by ECE countries: (a) that minorities are disloyal, not just in the sense that they lack loyalty to the state (that is equally true of secessionists in Quebec or Scotland), but in the stronger sense that they collaborated with former oppressors, and continue to collaborate with current enemies or potential enemies; therefore, (b) a strong and stable state requires weak and disempowered minorities. Put another way, ethnic relations are seen as a zero-sum game: anything that benefits the minority is seen as a threat to the majority; and therefore (c) the treatment of minorities is above all a question of national security”¹²² (Kimlicka, 2002, str. 21).

Tako o problemu etničkog glasanja u centralno-istočnoj Evropi piše Kimlicka. Iako se njegovi nalazi mogu primijeniti i na Crnu Goru, možemo reći da je tu problem dodatno zaoštren nepostojanjem jasne „većine“, te da sporadična aktualizacija **straha i nepovjerenja** između nacionalnih skupina u Crnoj Gori i dalje pokazuje najsnažniji potencijal za mobilizaciju i učvršćivanje biračkog tijela.

Dakle, da li je kružić na biračkom listiću implicitna izjava o socijalnom identitetu u Crnoj Gori? Ukoliko identitet svedemo na nacionalni, odgovor je definitivno – **da**.

LITERATURA

- Birnir, J. K. (2007) *Ethnicity and Electoral Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Campbell, A., Converse, P., Miller, W., & Stokes, D. (1960). *The American Voter*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Claassen, R. L. (2007) Floating Voters and Floating Activists. *Political Research Quarterly*, 124-134.
- Đukanović, B., Kuzmanović, B., Lazić, M., & Bešić, M. (2001) *Nacija i država*. Podgorica: CID i SoCEN.
- Evans, J. A. (2004) *Voters and Voting*. London: SAGE Publications.
- Harrop, M., & Miller, W. (1987) *Elections and Voters. A Comparative Introduction*. Basingstoke: Macmillan.
- Kymlicka, W. (2002) Multiculturalism and Minority Rights: West and East. *Journal of Ethnopolitics and Minority Issues in Europe*, 2-25.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1968) *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lipset, S., & Rokkan, S. (1967) Party Systems and Voter Alignments. In S. Lipset, S. Rokkan, & ed., *Party Systems and Voter Alignments*. New York: The Free Press.
- Marks, G., & Wilson, C. J. (2000) The Past in the Present: A Cleavage Theory of Party Response to European Integration. *British Journal of Political Science*, 433-459.
- Šiber, I. (2007) *Političko ponašanje*. Zagreb: Politička kultura.
- Smith, G. (1948-1949) *The People's Choice*, book review. *The Public Opinion Quarterly*, 736-738

¹²² „Istorija imperijalizma, kolaboracionizma i promjena granica su kreirale tri povezane pretpostavke koje se sada trenutno smatraju široko prihvaćenim od strane zamalja istočno-centralne Evrope: 1) da su manjine neloyalne, ne samo u smislu da im nedostaje lojalnost državi (ovo je takođe tačno za secesioniste Kvebeka i Škotske), već i u jačem smislu da se smatra da su kolaborirali sa bivšim opresorima i da nastavljaju da kolaboriraju sa aktuelnim neprijateljima i potencijalnim neprijateljima, stoga 2) snažna i stabilna država zahtijeva slabe i nemoćne manjine. Rečeno na drugi način, etnički odnosi su ništa-sve igra: sve što je benefit za manjine viđeno je kao prijetnja za većinu i samim tim 3) tretman manjina je pitanje nacionalne sigurnosti“ (prevod O.K.).

SOCIODEMOGRAFSKI PRISTUP IZUČAVANJA IZBORNOG PONAŠANJA U SRBIJI

Prelazak iz jednopartijskog u višepartijski sistem, uslovio je i promenu političke kulture¹²³ kako u Srbiji, tako i među našim susedima. Ukoliko bismo u vidu imali definiciju političke kulture kao onaj deo opšte kulture jednog društva koji obuhvata vrednosti, stavove, uverenja ili obrasce ponašanja u odnosu na opšte uslove zajedničkog života u jednom društvu, i na izbor pravaca i ciljeva ukupnog društvenog razvitka, možemo govoriti da, u skladu sa pomenutim, građani Srbije prate promene vrednosti i stavova političkih stranaka i na taj način se identifikuju sa njima. Tako koncept političke kulture podrazumeva postojanje stalne interakcije između pojedinca i socijalne sredine pri čemu se podrazumeva usvajanje političkih relevantnih stavova, vrednosti i ponašanja koje su od velikog značaja za funkcionisanje jedne zajednice. Imajući u vidu da pojam političkog ponašanja obuhvata veoma širok spektar različitih pristupa i metoda istraživanja, ovom prilikom će se u fokusu naći izborna ponašanja pri čemu se podrazumeva ponašanje vezano za izbor političke stranke.

Već postoji duga tradicija kada je reč o analizi izbornog ponašanja pri čemu su se u zemljama čvrstih demokratija već definisali modeli izbornog ponašanja koji razmatraju osnovne determinante političkog izbora. U Srbiji, brojne analize političkog javnog mnjenja su deskriptivne prirode. Determinišuću ulogu u izbornom ponašanju imaju varijable koje su definisane kao socijalne i demografske. I ovom prilikom, putem utvrđivanja korelacija između sociodemografskih varijabli i izbornog ponašanja, pokušano je da se utvrdi da li su u Srbiji formirane grupe sigurnih birača relevantnih političkih partija.

Kao osnova u ispitivanju pomenute tvrdnje korišćeno je istraživanje javnog mnjenja koje je sprovedeno od strane CeSID-a 2011. godine. Naime, istraživanje je izvršeno na teritoriji Republike Srbije bez Kosova i Metohije na uzorku od 1.000 ispitanika koji su imali prilike da se, pored osnovnih demografskih podataka, izjasne i o osećaju bliskosti prema relevantnim političkim partijama. Na taj način, u pomenutom istraživanju su kreirane i korišćene varijable koje bi mogle „predvideti” izborna ponašanja građana. Ovom prilikom je potrebno naglasiti da sve dobijene podatke treba posmatrati sa dozom opreza, jer sam kvantitativni metod istraživanja javnog mnjenja može podrazumevati određen stepen greške, te se dobijena slika ne može u potpunosti projektovati na biračko telo u društvu.

SOCIODEMOGRAFSKI PRISTUP

Obzirom da postoji odsustvo preciznog definisanja varijabli i odnosa među njima, o sociodemografskom pristupu ne možemo govoriti kao o modelu izbornog ponašanja, ali je veoma značajan kao smernica za dalje nalaze. Naime, kada se govori o sociodemografskom pristupu u izučavanju izbornog ponašanja, osnovna pretpostavka od koje se polazi jeste da kod sociodemografskih grupa postoje određene pravilnosti u izbornom ponašanju. Imajući u vidu da se grupe ljudi sa istim sociodemografskim karakteristikama ponašaju homogeno, putem varijabli kao što su pol, starost, zanimanje i slično, pokušala sam da predvidim postojanje

¹²³ Pojam političke kulture uneo je u nauku Dejvid Elmond 1956. godine i odnosio se na celinu preovlađujućih uticajnih političkih gledišta i vrednosti kod većih društvenih grupa. Mimica A. Bogdanović M.: Sociološki rečnik, 2007.

pravilnosti u izbornom ponašanju. Međutim, normalno je da postoje i poneka odstupanja od utvrđenih trendova. Ukoliko se potvrdi da određene sociodemografske karakteristike koreliraju sa specifičnim izbornim ponašanjem, osobe koje poseduju te karakteristike će u većoj meri glasati za određenu partiju na izborima.

U istraživanjima izbornog ponašanja u Srbiji, varijable koje se najčešće analiziraju su pripadnost socijalnim, obrazovnim, generacijskim i etničkim grupama. Mnogobrojna istraživanja pokazala su da ove varijable u velikoj meri definišu politički izbor, pa se tako sa porastom stepena obrazovanja, građani danas odlučuju za proevropske partije, stariji građani češće biraju opozicione partije, dok nacionalna pripadnost u velikoj meri određuje izbor građana pa se tako radije odlučuju za partije koje zastupaju nacionalni interes. Naravno, kao što je već napomenuto, determinisanost izbornog ponašanja sociodemografskim kategorijskim grupama nije potpuna, usled čega se javljaju odstupanja od postojećih trendova. Još u prošlom veku javila se teorija o postojanju unakrsnog pritiska koji se ogleda u glasanju pojedinca za stranku na način koji se razlikuje od utvrđenog trenda. Ovaj pritisak ne bi trebalo da ima trajan uticaj, tako da će se osoba odlučiti za izbor političke stranke koja bi predstavljala prirodni izbor za određenu socijalnu grupu.¹²⁴

PREDNOSTI I MANE SOCIODEMOGRAFSKOG PRISTUPA

Ono što čini osnovnu prednost ovog pristupa jeste što predstavlja vrlo dobru osnovu za sva dalja naučna ispitivanja. Kako se već u mnogobrojnim istraživanjima pokazalo da sociodemografski pristup u izučavanju izbornog ponašanja ukazuje na povezanost sociodemografskih varijabli i političkog odabira građana, tako se može reći da početni korak u izučavanju u oblasti sociologije i psihologije svakako može predstavljati pomenuti pristup.

Sa druge strane, imajući u vidu da ovakav pristup izučavanja podrazumeva korišćenje kvantitativnih tehnika i metoda, istraživanja javnog mnjenja su omogućila i samim političkim akterima da se informišu i utvrde na koje biračko telo mogu računati.

Zašto se neke sociodemografske grupe homogeno opredeljuju za određene političke partije? Upravo ovo pitanje ukazuje na ključne nedostatke sociodemografskog pristupa. Naime, sociodemografski pristup je isključivo deskriptivnog karaktera jer opisuje veze između sociodemografskih grupa i izbornog ponašanja, međutim, ovaj metod ih ne objašnjava. Primera radi, ukoliko nam nalazi sa istraživanja pokažu da stariji ispitanici, odnosno penzioneri uglavnom svoj glas namenjuju Socijalističkoj partiji Srbije, razlog ovakvom odabiru ne možemo tražiti u biološkoj prirodi stvari. Ne glasa pojedinac za određenu stranku zato što ima sedamdeset godina, već glasa iz nekih svojih socijalnih ili psiholoških razloga, odnosno, glasa za navedenu partiju jer verovatno nudi najprihvatljiviji socijalni program. Možemo primetiti i da pojedini nazivi političkih partija u Srbiji u neku ruku potvrđuju navedenu tvrdnju. Naime, politička partija pod nazivom Partija ujedinjenih penzionera Srbije svakako će najviše računati na glasove penzionera u Srbiji, bilo da ima 60 ili 90 godina. Takođe, Pokret radnika i seljaka je politička opcija koja kao svoju ciljnu grupu ima radnike i seljake, bez obzira na njihove godine. Dakle, građani će glasati za njih prvenstveno zato što veruju da će na najbolji način zaštititi njihove interese i prava, a ne zato što pripadaju određenoj starosnoj kategoriji. Razlog njihovog odabira je psihološke i socijalne prirode.

Istraživači se susreću sa još jednim problemom odnosno nedostatkom sociodemografskog pristupa. Naime, prilikom utvrđivanja korelacija pojedinih sociodemografskih varijabli i samoidentifikacije sa određenom političkom partijom, često se javlja slučaj da je jedna korelacija znatno ojačana prisustvom neke druge varijable ili veze. Tako nam se može činiti da je povezanost

¹²⁴ Therriault A., Tucker J., Brader T.: Cross-pressures and political participation, 2010.

među varijablama znatno jača nego što uistinu jeste, te postoji rizik od pogrešnih zaključivanja. Takođe, moramo imati u vidu i da nije strano da ispitanici često pružaju društveno poželjne odgovore, pa tako na taj način iskrivljuju sliku o osećaju bliskosti prema određenoj partiji.

Još jedan nedostatak sociodemografskog pristupa jeste činjenica da je gotovo nemoguće tačno utvrditi koje društvene grupe će pružiti podršku određenim političkim partijama. Naime, pretpostavka ovog pristupa jeste da postoje jasno podeljene stranke koje zastupaju interese tačno određenih društvenih grupa. Međutim, ne možemo reći da u realnosti postoje tako jasno podeljene stranke koje bi mogle računati na glasove samo određenih društvenih grupa. Prema tome, kada govorimo o trendovima izbornog ponašanja, sasvim je normalno da postoje mešanja u okviru društvenih grupa, starosnih ili obrazovnih kategorija.

REZULTATI ISTRAŽIVANJA IZVORA IZBORA STRANKE

Ključno pitanje koje se provlači kroz naučne radove jeste koji su to faktori koji najviše utiču na stranački identitet i ideološko opredeljenje ljudi. Nekoliko studija razvilo je veoma detaljne i kompleksne teorije o izboru stranke, među kojima je i studija Knutsena i Skarbroove o kompleksnom konfliktnom modelu izbora stranke.¹²⁵ Pomenuti teoretičari razradili su takozvani konfliktni model za objašnjenje stranačkog identiteta. Ovaj model izbora stranke sastoji se od tri tipa konfliktnih varijabli, koji u međusobnom odnosu kreiraju tri tipa glasanja na izborima. Konfliktne varijable su izvedene iz socijalno-strukturalnog rasepa i vrednosti za objašnjenje glasanja. Strukturalne varijable čine socijalno-klasne varijable kao što su zanimanje, obrazovanje ili prihodi, dok mere vrednosnog konflikta čine vrednosne orijentacije religioznost, levi-desni materijalizam i (post)materijalistička orijentacija. Po mišljenju teoretičara, svaka od navedenih skupina varijabli kreira različite načine uticaja na izbor stranke. Tako, pojedinci bi mogli birati stranku zbog klasnog ili religioznog interesa, iako ne moraju deliti iste vrednosne orijentacije, i ovo bi predstavljalo jednak uticaj strukturalnih varijabli na izbor stranke. Zatim, raskolno glasanje bi se odnosilo na situaciju ako bi članovi strukturalno određenih socijalnih grupa prihvatili neke vrednosne orijentacije i podržali određenu stranku zbog tih vrednosti. I na kraju, autori su objasnili pojam vrednosnog glasanja gde se izbor stranke objašnjava podjednakim delovanjem vrednosnih orijentacija, pri čemu bi strukturalne varijable imale jako malo ili pak nimalo uticaja na takvo glasanje. Dakle, socijalno-strukturalne i vrednosne orijentacije kao nezavisne varijable u modelu, imaju različite uloge u navedenim putanjama glasanja ili izbora stranke. Pretpostavka od koje su Knutsen i Skarbro pošli jeste da strukturalno glasanje u Evropi značajno opada, da se raskolno glasanje smanjuje i da vrednosno glasanje raste. Zapravo, vrednosno glasanje će rasti u razvijenim društvima i u društvima sa više efikasnih političkih stranaka.¹²⁶ Nalazi analize su pokazali da je vrednosno glasanje najzastupljenije u najrazvijenijim evropskim državama, dok je strukturalno glasanje najzastupljenije u manje razvijenim državama zapadne Evrope. Raskolno glasanje dominira u razvijenim, ali najpre u politički pluralnim i populističkim društvima. Analiza je takođe pokazala da je vrednosno glasanje postepeno raslo, raskolno glasanje je opadalo, dok je strukturalno bilo stabilno, ali sa relativno malim uticajem.

Na kraju analize, Knutsen i Skarbro zaključuju da su vrednosne orijentacije važnije za izbor stranke nego što su to strukturalne, te je i u nekim zemljama uloga vrednosnih orijentacija do 90-ih godina prošlog veka znatno porasla. Tako se i došlo do zaključka da je vrednosno glasanje rasprostranjenije od strukturalnog i raskolnog. Međutim, još jedan zaključak koji su

¹²⁵ Knutsen O., Scarbrough E.: The impact of values, 1995

¹²⁶ Moramo imati u vidu da je istraživanje sprovedeno pre skoro dvadeset godina, i da bi možda danas njihova pretpostavka bila sasvim drugačija.

naveli, a poslužio je kao vrsta ograđivanja u njihovoj teoriji jeste da se neki opšti pad u uticaju strukturalnih varijabli, ili porast u uticaju vrednosnih varijabli, nije desio. Naime, reč je zapravo o tome da se ovde više radi o postizanju stabilnosti u delovanju ovih varijabli, a ne o nekim velikim promenama. Zaista jeste došlo do pada uticaja strukturalnih varijabli, a porast kod vrednosnih varijabli, ali to ne dovodi u pitanje stabilnost osnove izbora stranke.

Budući da su se vrednosne orijentacije pokazale kao veoma bitan faktor u ispitivanju izbora stranaka, posebnu analizu činiće i uticaj značajnih vrednosnih orijentacija na stranačko opredeljenje ljudi.

NALAZI ISTRAŽIVANJA U SRBIJI

Istraživanje koje je sproveo CeSID 2011. godine, u značajnoj meri je pomoglo u dokazivanju tvrdnje da se pripadnici određenih sociodemografskih grupa opredeljuju za određene političke partije. U pomenutom istraživanju korišćene su varijable koje bi mogle donekle pomoći u proceni koja politička opcija je ispitanikov izbor, kao i standardne demografske varijable kao što su starost ispitanika, obrazovanje, mesto stanovanja i slično.

Najpre, fokus smo stavili na relevantne političke partije u Srbiji, a zatim je i pokušano da se definišu koje grupacije građana glasaju za pomenute partije. Nakon što smo podelili ispitanike na one koji se razmišljaju da glasaju ili pak ne glasaju za određenu političku partiju, ukrštanjem podataka smo dobili približnu sliku potencijalnih birača pojedinih stranka.

UTICAJ DEMOGRAFSKIH I SOCIJALNIH FAKTORA NA VREDNOSTI ISPITANIKA

Pre no što iznesem nalaze sa istraživanja koje je sproveo CeSID u junu 2011. godine, moram napomenuti da je prilikom obrade podataka korelaciona analiza pokazala slabu povezanost između demografskih varijabli i ispitanikovog odabira za koju partiju bi eventualno glasao na izborima.¹²⁷ Upravo iz ovog razloga, u radu ću najpre izneti nalaze koji se tiču uticaja demografskih faktora na prirodu vrednosti kod ispitanika u Srbiji. Potom ćemo videti kakvih su vrednosnih orijentacija sami birači stranaka koje su ušle u analizu, a zatim i sumirati sveukupne nalaze istraživanja. Još jedan razlog zbog kojeg sam se odlučila da idem navedenim koracima jeste i činjenica da postoji mogućnost da dođe do preplitanja među društvenim grupama i odabira stranke, što i predstavlja jedan od nedostataka sociodemografskog pristupa.

Dakle, vrednosti nesumnjivo predstavljaju jedan od osnovnih fenomena psihičkog čovekovog života i jednu od najdistinktivnijih ljudskih karakteristika. Kao relativno stabilne dispozicije, vrednosti zauzimaju centralno mesto u strukturi ličnosti pojedinca i imaju veliki motivacioni potencijal koji utiče na sve što čovek misli i radi. Donošenje životnih odluka, stavovi, ideologija, moralno suđenje pa i socijalno ponašanje, dobrim delom jesu determinisani upravo vrednostima.¹²⁸ Ljudska priroda i odluke se ne mogu posmatrati nezavisno od vrednosti, pa prema tome, svako istraživanje vrednosti se smatra značajnim za nauku i dalji razvoj.

Ovom prilikom, koristila sam četiri vrednosne matrice i dva tipa odnosa prema pojedinim aktuelnim političkim pitanjima. Podatke za svaku od vrednosnih mapa dobila sam pravljjenjem složenih sintetičkih pokazatelja, na osnovu pozitivnih ili negativnih odgovora na pojedinačne tvrdnje koje opisuju određene odnose. „Sabiranjem” i klasifikovanjem odgovora ispitanika

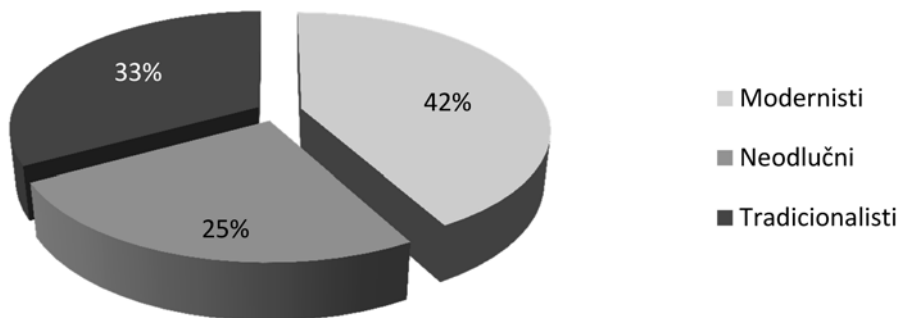
¹²⁷ Pearson koeficijent je iznosio između 0,15 i 0,25, bilo negativno ili pozitivno orijentisan. Sve vrednosti ispod 0,30 se karakterišu kao slabe veze, ali ipak dovoljne za donošenje određenih zaključaka, sa određenom dozom opreza.

¹²⁸ Pavlović Z.: Vrednosti samoizražavanja u Srbiji, 2009.

na sve tvrdnje koje opisuju jednu vrednosnu orijentaciju, dobijen je trostepeni pokazatelj određene vrednosne orijentacije, na čijem se jednom polu nalazi krajnje prihvatanje, a na drugom krajnje odbijanje određene vrednosti. Vrednosne matrice koje su ušle u analizu su **tradicionalizam** (pri čemu su korišćene tvrdnje: rukovodeća mesta u poslovnom svetu treba da budu u rukama muškaraca, najvažnija vrlina svake žene je da bude dobra domaćica, treba se čvrsto držati narodnih običaja i tradicije, i treba se držati onog morala koji propoveda moja verska zajednica), **konformizam** (među tvrdnjama su bile: uvek se ponašam onako kako to okolina od mene očekuje, ne volim da se raspravljam sa nekim o nečemu ako imamo različito mišljenje, trudim se da se ne razlikujem previše od drugih ljudi iz mog okruženja i ne volim iznositi svoje mišljenje ako znam da će se ono razlikovati od drugih), **autoritarnost** (decu treba vaspitavati u strogoj disciplini, učitelji i nastavnici treba da budu strogi sa učenicima, ovoj državi je potreban jak i neustrašiv vođa koga će narod slediti bez pogovora, poštovanje autoriteta je najveća vrlina koju ljudi treba da gaje) i **nacionalizam** (tvrdnje za ispitivanje ove vrednosti su bile: spreman sam da se žrtvujem za interese mog naroda, treba biti oprezan prema drugim narodima i kada se pokazuju kao prijatelji, zbog mešanja različitih kultura preti nam opasnost da izgubimo svoj identitet, i čini mi se da su ljudi iz mog naroda bolji nego ljudi iz drugih naroda). Kada je reč o odnosu ispitanika prema pojedinim aktuelnim političkim pitanjima, u analizi je uzet u obzir stav građana prema EU i stav građana prema demokratiji. Za definisanje odnosa prema EU korišćene su tvrdnje: ulaskom u EU rizikujemo da izgubimo nacionalni identitet i kulturu, i EU je garant mira, stabilnosti i razvoja Srbije, dok su prilikom ispitivanja odnosa prema demokratiji korišćene tvrdnje: demokratija možda ima mana, ali je bolja od svih drugih oblika vladavine i demokratije nisu uspešne u održavanju reda.

U slučaju ispitivanja tradicionalizma, posmatrajući uzorak u celini, trećina ispitanika je svoje odgovore kotiralo tako da su se prilikom sumiranja odgovora našli na negativnom polu, odnosno pripadaju grupaciji definisanoj kao tradicionalisti. Međutim, građani Srbije su ipak nešto više okrenuti modernim vrednostima pa je tako zabeleženo 42% modernista, dok se u kategoriji neodlučnih našao svaki četvrti ispitanik, odnosno 25%.

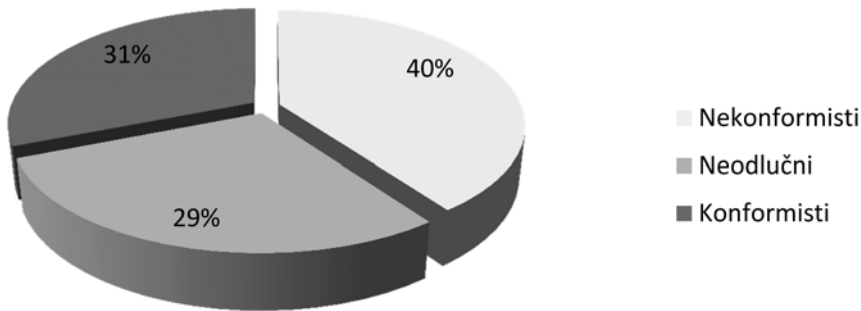
Grafikon 1. Tradicionalizam u populaciji Srbije (%)



Primenom analize varijanse ustanovljeno je da postoje statistički značajne razlike u prosečnom rezultatu na skali tradicionalizma između grupa različitih po polu, godinama starosti, obrazovanju, zanimanju i mestu stanovanja. Naime, sve demografske i socijalne varijable su se pokazale kao značajan faktor u objašnjavanju tradicionalizma kao vrednosne orijentacije. Nalazi pokazuju da je muški pol znatno više okrenut tradicionalnim vrednostima nego što je to slučaj kod ženskog pola. Očekivano, kao modernisti su se pokazali naši najmlađi ispitanici, dok su se stariji ispitanici u većoj meri nalazili na suprotnom polu. Skloniji tradicionalnim vrednostima su i ispitanici nižeg obrazovanja, domaćice i KV radnici, i osobe koje žive na selu.

Na nivou cele populacije, slične nalaze smo dobili i prilikom ispitivanja konformizma kao vrednosne orijentacije. I u ovom slučaju, veći je procenat onih koji su se pronašli na pozitivnijem polu, dok je procenat neodlučnih i konformista približno jednak.

Grafikon 2. Konformizam u populaciji Srbije (%)

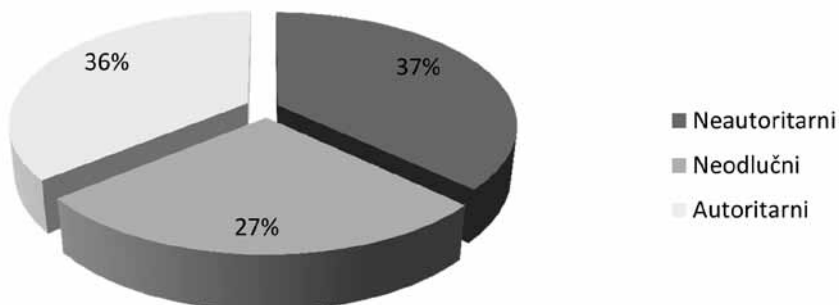


Ispostavilo se da između muškaraca i žena nema značajnih razlika kada je u pitanju ispitivanje stepena konformizma. Dakle, pol nije faktor koji bi nam bilo šta mogao pomoći u objašnjavanju visokog stepena konformizma. Međutim, stepen obrazovanja jeste značajan činilac pri čemu je utvrđeno da ispitanici sa nižim obrazovanjem u znatno većoj meri odgovaraju na tvrdnje tako da pripadaju negativnom polu, odnosno konformistima, dok su se osobe sa višim stepenom obrazovanja okarakterisale kao nekonformisti. Analiza varijanse takođe pokazuje da postoje statistički značajne razlike između starosnih kategorija na ukupnoj skali konformizam ($F=9.070$, $df=5$, $sig=0,000$) i to pre svega zato što populacija preko 60 godina starosti pokazuje viši stepen konformizma u odnosu na ostale, a pre svega na grupu do 29 godina starosti. Treba napomenuti da su i varijable kao što je zanimanje i mesto stanovanja takođe povezane sa skalom konformizma, pri čemu se kao nekonformisti značajno izdvajaju stručnjaci i ispitanici sa prebivalištem u gradu, dok su se na drugom polu kao konformisti našli KV radnici i domaćice, i osobe sa sela.

Ukoliko se osvrnemo na neka ranija istraživanja, može se primetiti da su ranije korišćene skale autoritarnosti sadržale nešto više varijabli, i da je ova, koja je korišćena u našem istraživanju dosta kraća u odnosu na ostale. Međutim, moram napomenuti da uprkos tome što je skala kratka, nju odlikuje relativno visoka pouzdanost pri čemu Kرونbahov α koeficijent iznosi 0,76.

Prilikom ispitivanja prethodne dve vrednosti, moglo se primetiti da je populacija Srbije više usmerena ka pozitivnijem polu, odnosno ka modernistima i nekonformistima. Međutim, po pitanju autoritarnosti, slika je nešto drugačija. Građani su potpuno podeljeni te ih gotovo jednako ima i na jednom i na drugom polu, dok je najmanje neopredeljenih po ovom pitanju.

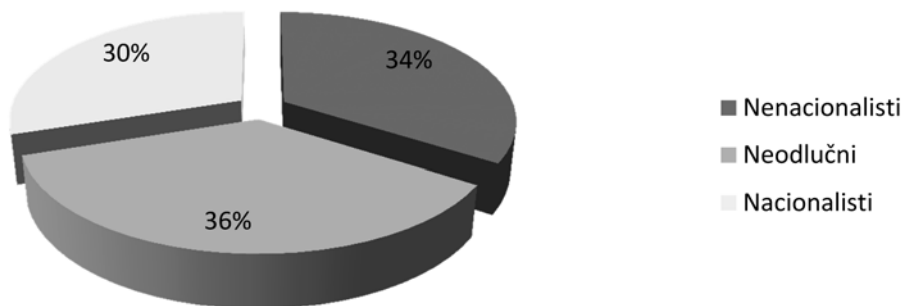
Grafikon 3. Autoritarnost u populaciji Srbije



Podaci iz istraživanja *Kako građani Srbije vide tranziciju iz socijalizma u kapitalizam*, sprovedenog 2010. godine na uzorku od 1813 ispitanika, pokazali su da pol nije značajan faktor za objašnjavanje autoritarnosti što se ovog puta pokazalo drugačije.¹²⁹ Dakle, postoje statistički značajne razlike između polova u ukupnoj autoritarnosti (sig=0,003) pri čemu su muškarci pokazali znatno viši stepen autoritarnosti nego što su to činile žene. Značajne razlike postoje i među starosnim grupama gde ispitanici preko 60 godina starosti pokazuju značajno višu autoritarnost u odnosu na ostale. Kao i u prethodnom istraživanju, stepen obrazovanja je značajan činilac, pri čemu manje obrazovani ljudi pokazuju više sklonosti ka autoritarnosti. Međutim, zanimljivo je da visokoobrazovani ispitanici u umerenoj meri pokazuju slaganje sa tvrdnjom „Decu treba vaspitati u strogoj disciplini“ i „Učitelji i nastavnici treba da budu strogi prema učenicima“, ali je to i dalje u manjoj meri no što to čine ispitanici sa završenom osnovnom i srednjom školom. Značajan faktor je i zanimanje ispitanika pri čemu su u grupu neautoritarnih zapali stručnjaci, dok su se sa druge strane našli KV radnici i domaćice.

Nacionalizam kao pojava danas je nažalost veoma rasprostranjen, što su potvrdila i neka ranija istraživanja koje je sproveo CeSID. Pre samo par meseci, u okviru jednog istraživanja, pored standardnih ekonomskih problema koji sagovornici navode, kao veliki problem u društvu navedeno je i bujanje nacionalizma. U skladu sa tim, moram priznati da sam očekivala znatno veći procenat ispitanika koji su se definisali kao nacionalisti, međutim, slika nije ispala negativna.

Grafikon 4. Nacionalizam u populaciji Srbije



Iz priloženog grafikona može se videti da je najveći procenat onih koji su neodlučni po pitanju ove skale, odnosno, njihovi odgovori na tvrdnje su bili takvi da ih nisam mogla svrstati u neki od polova. Sa druge strane, nenacionalisti čine trećinu ispitanih građana, dok je za par procenata manje onih koji se izjašnjavaju kao nacionalisti.

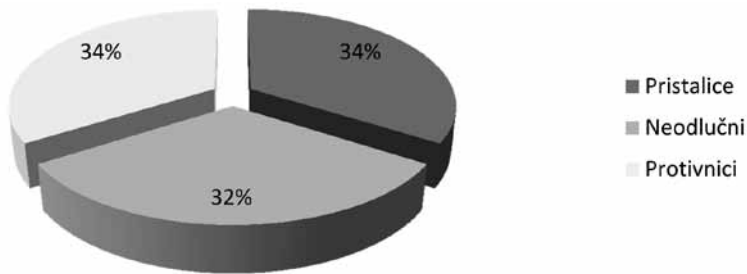
Varijabla „pol“ se još jednom pokazala kao statistički značajna u objašnjavanju ove vrednosne orijentacije, pri čemu su muškarci znatno veći nacionalisti od žena. Starosna kategorija se ovog puta nije pokazala značajnom, dok su obrazovanje i zanimanje još jednom pokazali značajne razlike. Među nacionalistima našli su se ispitanici sa završenom srednjom školom i manje, i po zanimanju KV radnici, dok su se visokoobrazovani stručnjaci definisali kao nenacionalisti. Takođe, osobe koje žive na selu su sklonije nacionalističkim idejama.

U septembru 2006. godine, agencija Stratedžik Marketing je za potrebe Kancelarije Vlade Republike Srbije sprovedla istraživanje javnog mnjenja Srbije o EU. Istraživanje je obavljeno na uzorku od 1.052 ispitanika i ovom prilikom skoro 70% njih je podržavalo članstvo Srbije u

¹²⁹ Iako je prošao relativno kratak period između ovih istraživanja, podaci se razlikuju što je verovatno posledica korišćenja različitih varijabli i duže skale autoritarnosti, ali i znatno većeg uzorka u 2010. godini.

Evropskoj uniji, 18% se ne bi ni izjasnilo o ovom pitanju, dok je svega 12% bilo protiv ulaska Srbije u EU.¹³⁰ Posle šest godina, situacija i stav građana prema Evropskoj uniji drastično je različit. Imajući u vidu da je Srbiji suviše dugo vremena trebalo da zaključi Sporazum o stabilizaciji i pridruživanju, kao i da dobije status kandidata, ne treba da čudi što građani Srbije polako gube nadu i odustaju od ove ideje. Takođe, svetska ekonomska kriza i dovođenje u pitanje opstanak evra, dodatni su faktori koji su poljuljali nekad tako sigurnu želju građana Srbije. Podaci dobijeni iz našeg istraživanja pokazali su da su građani jednako raspodeljeni po polovima. Po 34% ispitanika se svrstalo u pristalice i protivnike, dok je neodlučnih 32%.

Grafikon 5. Stav populacije u Srbiji prema EU

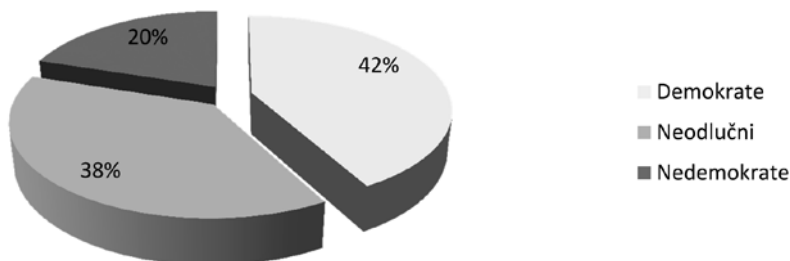


Varijable koje su se pokazale kao statistički značajne u defnisanju stava prema Evropskoj uniji su obrazovanje i zanimanje ispitanika. U kategoriji obrazovanja,¹³¹ ispitanici sa završenom četvorogodišnjom srednjom školom i više našli su se među pristalicama EU, dok su među protivnicima ispitanici nešto nižeg obrazovanja. Po zanimanju, među protivnicima su KV radnici i tehničari, dok se od pristalica izdvajaju stručnjaci, učenici i studenti.

Kod varijabli pol i starost nisu postojale statistički značajne razlike,¹³² prema tome nisu se pokazale kao značajni faktori u određivanju stava prema EU.

U Srbiji se sve češće postavlja pitanje šta nam je doneo višepartijski sistem, da li vidimo demokratiju kao dobro ili zlo, ili pak manje zlo od ostalih oblika vladavine. U vreme kada je politički sistem dosta ranjiv i paralisiran, kada se dovodi u pitanje legitimacija nekih novih elita ili kvalitet institucija kao i njihov kapacitet da se suoče sa ozbiljnim društvenim problemima, ostaje nam da se zapitamo da li je možda ranije bilo bolje ili bi trebalo biti strpljiv u čekanju za sigurno boljim vremenom. Upravo iz razloga što se Srbija susreće sa ozbiljnim problemima unutar sistema, potrebno je ispitati kakav odnos prema demokratiji kao obliku uređenja danas građani imaju.

Grafikon 6. Odnos prema demokratiji



¹³⁰ Mišćević T.: Tranzicija i evropeizacija Srbije – isto ili različito, u Kako građani Srbije vide tranziciju, 2010.

¹³¹ F=7,822, df=4, sig=0,000.

¹³² p>0,05

Možemo reći da je pozitivan podatak što se, i u ovako teškim vremenima za građane Srbije, demokratija ne dovodi u pitanje. Tek svaki peti se izjasnio kao nedemokrata, 42% je pripalo polu demokrata, dok je ovde zabeležen najveći procenat neodlučnih do sada – 38%.

Izuzev starosne kategorije, sve ostale varijable su značajne za razumevanje odnosa prema demokratiji. Kao nedemokrate se u većoj meri javljaju muškarci, KV radnici i tehničari, dok su se među demokratama izdvojili visokoobrazovani ispitanici, odnosno stručnjaci.

PARTIJSKA ORIJENTACIJA

U ovom istraživanju vrednosne orijentacije i demografska i socijalna struktura dovođene su u vezu sa različitim pitanjima koja se tiču različitih političkih uverenja i stavova prema političkim strankama. Naime, ispitanici su iskazivali svoj odnos prema strankama na taj način što su procenjivali svoju spremnost da glasaju za ponuđenu partiju. Kao što se i očekivalo, otkrivene su izvesne razlike u vrednosnim orijentacijama između pristalica različitih stranaka. U analizu su ušle Demokratska stranka kao vladajuća i trenutno najjača partija u Srbiji, Liberalno demokratska partija kao idejno najpribližnija vladajućoj partiji, Srpska napredna stranka kao najveći i najozbiljniji protivnik Demokratskoj stranci, Srpska radikalna stranka kao nekada veoma jaka struja, ali posle raskola veoma oslabljena, i Demokratska stranka Srbije koja je posle 5. oktobra bila jaka, a danas skoro neprimetna.

Nalazi su pokazali da su biračima Demokratske stranke najpribližniji birači LDP, što je i bilo očekivano. Naime, birači pomenutih partija su na svim vrednosnim orijentacijama smešteni na takozvanom pozitivnom polu, odnosno, pripadaju grupi modernista, nekonformista, nenacionalista i neautoritarnih. Kada su u pitanju odnosi o aktuelnim političkim pitanjima, ni na ovom polju se birači LDP i DS ne razlikuju. Oni su izrazite pristalice EU i demokratije. Dakle, može se zaključiti da je ovde reč o istom biračkom telu, a da je Demokratska stranka značajan broj izgubila osnivanjem Liberalno demokratske partije. Šta je to što birače ovih partija razlikuje? Bez sumnje, za obe partije će glasati stanovništvo koje spada u visokoobrazovani sloj i iz urbanih sredina, međutim, birači LDP su se pokazali kao nešto imućniji i mlađi od birača DS. Prema našoj analizi, pre godinu dana LDP nije mogao da računa na starije ispitanike za razliku od DS, međutim, ako se prisetimo izborne kampanje i koalicije koja je stvorena, možemo slobodno zaključiti da postoji mogućnost da je LDP pridobio i određen broj starijih birača. Takođe, birači LDP su u većoj meri nekonformisti nego što su pristalice DS.

Tabela 1. Socijalna struktura pristalica DS¹³³

Godina	1990	2000	2011
Poljoprivrednici	3%	5%	9%
Radnici	18%	40%	25%
Tehničari i službenici	27%	20%	27%
Stručnjaci	34%	21%	18%
Ostalo/izdržavana lica	18%	14%	21%
Ukupno	100%	100%	100%

Demokratska stranka je u višepartijski sistem ušla kao stranka intelektualaca, odnosno kao stranka visokoobrazovanih stručnjaka, tehničara i službenika. Međutim, posle jedne decenije, socijalna struktura birača DS se značajno promenila. Primećuje se znatno manji uticaj stručnjaka i tehničara, dok je zabeležen porast radnika. Interesantan podatak je da je klasa radnika među

¹³³ Mihailović S.: Promena sastava stranačkih pristalica, 2002.

demokratama najbrojnija u izbornoj 2000. godini, kada je ona i pobedila. Sa druge strane, 1990. godine zabeležen je znatno manji procenat radnika kod Demokratske stranke pri čemu je ona tada izašla kao gubitnik, dok su bili najbrojniji u strukturi birača Socijalističke partije Srbije, tadašnjeg pobednika.

Socijalna struktura birača DS pred ovogodišnje izbore pokazuje da se trend deintelektualizacije nastavio pa se tako ponovo smanjio procenat stručnjaka, međutim, primećen je porast tehničara i službenika, kao i studenata i učenika. Dakle, Demokratska stranka je ostala stranka srednjih slojeva, ali uskraćena za određeni procenat stručnjaka koji danas verovatno pružaju podršku LDP-u.

Birači Srpske napredne stranke potpuna su suprotnost po vrednosnim orijentacijama od birača DS-a, što otklanja svaku sumnju da će se možda razočarani birači DS prikloniti SNS-u. Zapravo, kako je došlo do raskola unutar velike Srpske radikalne stranke što je i imalo za posledicu osnivanje Srpske napredne stranke, došlo je i do raspodele birača na dve strane. Upravo oni koji su nekada glasali za SRS, danas glasaju za SNS. Prema vrednosnim orijentacijama, birači SNS i SRS svrstali su se na negativan pol, odnosno pripadaju grupi tradicionalista, autoritarnih, nacionalista i konformista, s tim što su pristalice SRS znatno manji konformisti nego što su to birači SNS. Zapravo, pristalice radikala pokazali su se podjednako neodlučni i konformisti kada je u pitanju ova vrednosna orijentacija. Kada je u pitanju odnos prema demokratiji i EU, birači obe stranke spadaju u nedemokrate i protivnike EU. Ovaj podatak se čini veoma zanimljivim ukoliko se prisetimo kampanja koje su vođene pred izbore 2012. godine. Naime, jasan slogan radikala NE u EU se podudara sa mišljenjem njihovih birača, dok sa druge strane SNS je jasno stavio do znanja da bi trebalo nastaviti pregovore oko članstva u EU, međutim, njihovi birači nisu pružali podršku takvoj politici godinu dana pred izbore.

Tabela 2: Socijalna struktura birača SRS i SNS

Godina 2011	SNS	SRS
Poljoprivrednici	12%	8%
Radnici	41%	37%
Tehničari i službenici	19%	29%
Stručnjaci	11%	7%
Ostalo/izdržavana lica	18%	20%
Ukupno	100%	100%

Može se reći da podrška radnika u Srbiji u velikoj meri odlučuje o tome koja partija je najozbiljniji kandidat da vodi državu. Pre dvadeset godina, pružili su podršku SPS-u koji je tada izašao kao pobednik, pre deset godina njihova podrška je otišla novom pobedniku DS-a, a pre godinu dana su se radnici odlučili za SNS. Iako SNS nije izašao kao pobednik na izborima 2012. godine, može se reći da im je pobeda „izmakla za dlaku“, i da su ovog puta ozbiljno poljuljali sigurnost i uverenost DS i učinili izbore neizvesnim.

Socijalna struktura nekada jednoglasnih birača ima dosta sličnosti, odnosno obe grupe beleže najviši procenat radnika, a najmanji stručnjaka. Analiza je pokazala da birače SNS i SRS čini starija grupu građana, lošijeg materijalnog statusa i slabijeg obrazovanja. Međutim, iako je manji procenat stručnjaka među pristalicama radikala, oni su ipak nešto višeg obrazovanja od birača SNS, s obzirom da je među njima znatno veći procenat tehničara i službenika, kao i studenata.

Ukoliko se osvrnemo na profil birača Demokratske stranke Srbije, najpre moram napomenuti da su oni po nekim sociodemografskim karakteristikama veoma slični biračima DS. Međutim, ono

što ih bitno razlikuje od birača DS jesu vrednosne orijentacije kao i podrška nešto starijih birača. Zapravo, među biračima DSS se ne nalazi mlađa populacija. Pristalice ove stranke se mogu naći na pozitivnom polu kada je reč o vrednosnim orijentacijama kao što su konformizam, autoritarnost i stav prema demokratiji, dok su se sa druge strane pokazali kao izraziti protivnici EU i nacionalisti, dok se povezanost tradicionalizma i stava prema DSS-u nije pokazala kao statistički značajna.

Tabela 3: Socijalna struktura birača DSS u poređenju sa DS

Godina 2011	DSS	DS
Poljoprivrednici	5%	9%
Radnici	38%	25%
Tehničari i službenici	27%	27%
Stručnjaci	18%	18%
Ostalo/izdržavana lica	13%	21%
Ukupno	100%	100%

Iz prikazane tabele možemo videti da je klasa stručnjaka podjednako raspoređena među biračima DSS i DS. Upravo u ovom podatku se birači ove dve stranke podudaraju. Dakle, reč je o visokoobrazovanim biračima, takođe iz urbanih sredina. Inače, posle oktobra 2000. godine, ova partija se počela više prepoznavati kao narodna, a ne kao intelektualna partija, koja je među svojim biračima zadržala visokoobrazovane birače, ali uglavnom starije od 60 godina koje više nije radno aktivno.¹³⁴

Socijalistička partija Srbije je stranka čije birače je bilo najteže definisati. Ova stranka je ušla u višestranačje kao radnička stranka, dok je sredinom 90-ih postala stranka radno neaktivnog stanovništva. Danas, ona je i dalje stranka penzionera, starijeg stanovništva i najsiromašnijih, međutim prema našim nalazima, vidi se porast obrazovanog sloja što je verovatno posledica izmenjene politike SPS od devedesetih do danas.

Tabela 4: Socijalna struktura pristalica SPS¹³⁵

Godina	1990	2000	2011
Poljoprivrednici	12%	18%	8%
Radnici	42%	49%	29%
Tehničari i službenici	21%	10%	32%
Stručnjaci	10%	7%	13%
Ostali/izdržavana lica	15%	16%	18%
Ukupno	100%	100%	100%

Još jedan dokaz da Dačićev SPS nije ono što je predstavljao u doba Miloševića jesu i nalazi koje sam dobila prilikom ispitivanja vrednosnih orijentacija njihovih birača. Naime, pristalice SPS-a su po mnogim pitanjima ostale neodlučne. Potpuno ambivalentan stav imaju prema EU, dok skale nacionalizam i tradicionalizam nisu pokazale statistički značajnu povezanost sa stavom prema SPS-u. Njihovi birači su se u najvećoj meri svrstali među konformiste, ali i u nedemokrate iako ova stranka ima (i imaće) veoma aktivnu ulogu u sadašnjoj demokratskoj vladi.

¹³⁴ Mihailović S.: Promena sastava stranačkih pristalica, 2002.

¹³⁵ Mihailović S.: Promena sastava stranačkih pristalica, 2002.

ZAKLJUČAK

Oslanjajući se na istraživanja, u ovom radu smo pokušali videti koji faktori najbolje objašnjavaju izbornu opredeljenje. Pri tome sam koristila podatke iz nekih relevantnih istraživanja radi moguće komparacije dobijenih rezultata i izvedenih zaključaka o tome. Glavni cilj bio je da se utvrdi koje vrednosti i na koji način stoje u osnovi izbornog opredeljenja, u kom su odnosu, i u kojoj meri sociodemografske varijable mogu uticati na izbor političke partije. Sa jedne strane, donekle se moglo utvrditi koje društvene grupe glasaju za partije koje su ušle u analizu, međutim, došlo je i do preklapanja birača političkih partija te ih je moglo razdvojiti eventualno po materijalnom statusu ili godinama starosti. Sa druge strane, vrednosne orijentacije su zaista u mnogome doprinele definisanju birača. Tom prilikom, mogli smo utvrditi da su birači dveju najjačih političkih stranaka (Demokratska stranka i Srpska napredna stranka) u potpunoj suprotnosti, i da je skoro nemoguće da usled nekog nezadovoljstva ili razočarenja pristalice DS-a pređu na „drugu stranu“ i obrnuto.

Sociodemografska obeležja jesu bitna za objašnjenje izbornog ponašanja, ali se njihov uticaj može objasniti preko političkih i vrednosnih stavova koji ispitanici usvajaju. Bez obzira na činjenicu da mnoge pretpostavke modela nisu ispunjene, sociodemografska obeležja i vrednosne determinante jesu značajne za objašnjenje izbornog ponašanja.

Na kraju, mogu reći da dobijeni rezultati u značajnoj meri mogu poslužiti samim političkim partijama u kampanjama i izbornim strategijama. Ovim putem, mogu steći ili već potvrditi svoja saznanja o potencijalnim ciljnim grupama i na taj način kreirati dalju politiku.

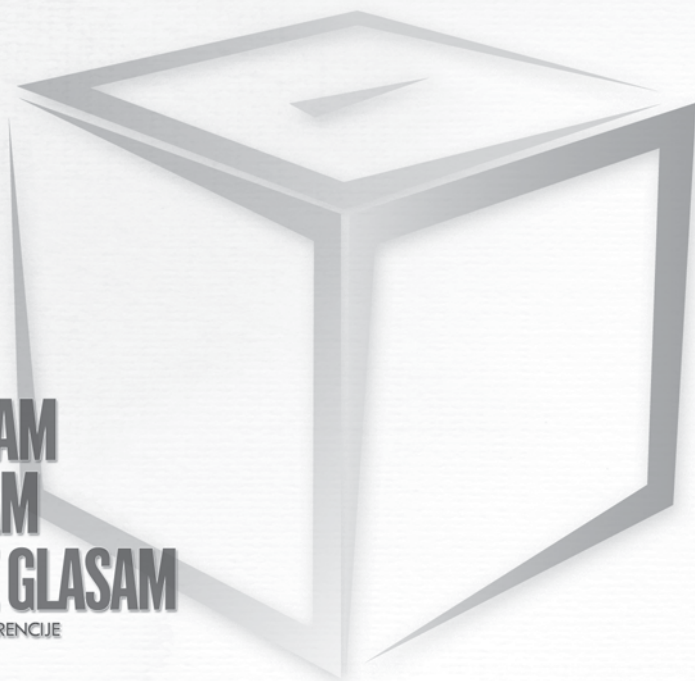
LITERATURA

- Vujčić Vladimir (1999) Stranački i ideološki identiteti, Polit. misao, Vol XXXVI, br. 4, Zagreb;
- Gredelj Stjepan (1994) Dominantne vrednosne orijentacije u Lazić M. Razaranje društva, Filip Višnjić, Beograd;
- Knutsen Oddbjorn, Scarbrough Elinor (1995) The impact of values, Oxford University Press;
- Kuzmanović Bora (2010) Autoritarnost-vapaj za jakim i pouzdanim vođama i disciplinom u Kako građani Srbije vide tranziciju, Beograd;
- Lazić Mladen (1994) Razaranje društva, Filip Višnjić, Beograd;
- Lazić Mladen (2000) Račji hod, Filip Višnjić, Beograd;
- Milošević Jasna (1997) Osnovni pristupi u proučavanju izbornog ponašanja, Institut za političke studije, Beograd;
- Mimica Aljoša, Bogdanović Marija (2007): Sociološki rečnik, Zavod za udžbenike, Beograd;
- Mihajlović Srećko (2002) Promena sastava stranačkih pristalica, Institut društvenih nauka, Beograd;
- Miščević Tanja (2010) Tranzicija i evropeizacija Srbije-isto ili različito, u Kako građani Srbije vide tranziciju, Beograd;
- Pavlović Zoran (2009) Vrednosti samoizražavanja u Srbiji- U potrazi za demokratskom političkom kulturom, Institut društvenih nauka, Beograd;
- Therriault Andrew, Tucker Joshua, Brader Ted (2010) Cross-pressures and political participation, New York University;

IZBORNA KAMPANJA I IZBORNA ODLUKA

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCİJE



DA LI SE IZBORNE KAMPANJE ISPLATE?

SAŽETAK

Tekst pred vama bavi se pitanjima uticaja izbornih kampanja na biračke odluke građana, njihovoj moći da promene tu odluku pre izbornog dana, ali i mogućnostima prenosa informacija o kandidatima, politikama, sistemu i društvu, i efektima na uslove u kojima se održavaju izbori. Posebno se osvrće na prirodu i uticaj negativnih poruka u izbornoj kampanji.

Istraživanja pokazuju da su kampanje ograničenog uticaja na izbornu odluku, ali ne i u slučaju aktiviranja predispozicija i baznih političkih stavova, kao i da su nezamenjive za prenos političkih informacija i učenje o političkom sistemu i procesu, i efektne u manipulaciji kriterijumima po kojima se ocenjuju učesnici na izborima.

Ključne reči: izborne kampanje, uticaj, poruke, informacije, efekti, mediji

UVOD

Na koga izborna kampanja deluje, a na koga ne? Koliko se ljudi predomisli o svojoj izornoj odluci tokom kampanje? Na pitanje koliko su izborne kampanje korisne i da li se isplate, istraživači nisu dali konačan odgovor. Naročito ako govorimo o individualnom biraču i uticaju izbornih poruka na njega, odnosno o persuzivnosti izbornih kampanja, istraživanja su utvrđivala visok nivo stabilnosti biračke odluke tokom izbornih godina, a sličnu stabilnost pronalazili su i od izbora do izbora. To ih je navelo sredinom prošlog veka da zaključe da kampanje imaju minimalni uticaj na rezultate izbora. Prema ovim istraživanjima¹³⁶ birači i pre početka kampanje imaju preference prema kandidatima ili bar predispozicije i orijentacije prema političkim temama koje kampanje uspevaju da aktiviraju i intenziviraju. Prema tadašnjim zaključcima, izborne odluke su bile donošene u skladu sa partijskim identifikacijama. Političke nauke su prihvatale taj zakon o minimalnim efektima izbornih kampanja do kraja prošlog veka kada je postalo jasno da se nešto menja. Istraživači su 80-ih godina prošlog veka počeli da beleže pad intenziteta partijskih identifikacija birača i rast troškova izbornih kampanja. U isto vreme druge discipline su već identifikovale rastuću ulogu masovnih medija u političkoj komunikaciji, što je vrlo promenilo uslove u kojima se dešavaju izborni procesi. Sve to je podstaklo novi talas istraživanja o efektima izbornih kampanja.

Svako istraživanje o uticaju kampanje na birače ima vrlo bazičan metodološki problem. Za početak, ne oslanja se na objektivne parametre, već na subjektivne ocene birača, o inicijalnoj preferenciji, o vremenu donošenja odluke za koga glasati, o trajanju i načinima izloženosti kampanji. Tokom anketa, poznato je, ispitanici se najčešće ne sećaju tačno svoje izloženosti kampanji, a neretko i svedoče o većoj izloženosti i pažnji koju su posvetili kampanji jer smatraju da je to građanska dužnost. To je ujedno i jedan od važnijih razloga zašto na pitanje da li se izborne kampanje isplate nemamo definitivni odgovor ni danas.

¹³⁶ Najpoznatija istraživanja sa zaključcima o minimalnim ulogama izbornih kampanja sproveli su Lazarsfeld, Berelson i Goudet 1944, a kasnije i Kemberl i Konvers 1960).

EFEKTI KAMPANJA

Početa istraživanja o efektima kampanja iz tog inicijalnog perioda izučavanja kampanja pokazala su da je osnovni efekat izbornih kampanja jačanje već postojećih biračkih namera glasača. Lazarsfeld, Berelson i Goudet utvrdili su da više od polovine birača na kraju kampanje odluči da glasa za istu političku opciju za koju je nameravalo da glasa i pre početka kampanje, što ih je navelo da zaključie da kampanja služi očuvanju početnih odluka, a ne stvaranju drugačijih odluka. Takođe, u ovom periodu istraživanja utvrđeno je da samo 5-8% birača tokom kampanje promeni svoju odluku. Ovi rezultati predstavljali su podlogu za prihvatanje teorije o minimalnom efektu izborne kampanje. Iz ovog perioda izučavanja kampanja, posebno je zanimljiva hipoteza o aktivizaciji predispozicija. Lazarsfeld, Berelson i Goudet su tako utvrdili da birači koji su u prvom trenutku bili neodlučni glasaju na kraju u skladu sa svojim političkim predispozicijama, koje su pre svega određene socijalno-ekonomskom grupom, religijom, prebivalištem, odnosno kampanje ne formiraju nova mišljenja već podižu stara do nivoa svesti i odluke, one su važne „pre svega zbog toga što aktiviraju latentne predispozicije“ (Lazarsfeld, Berelson, Goudet, 1944: 74). I u kasnijim istraživanjima o uticaju političkih kampanja pojavljuje se ta ideja koju su Lazarsfeld i drugi autori nazivali „bazičnim političkim stavovima“, a jedan od očiglednih pojmova koji se nastavlja na ovu tradiciju je pojam partijske identifikacije, na koju se mnoge studije pozivaju kao najčešće odlučujućii kriterijum kod izborne odluke birača.

Ideja o minimalnim efektima koje kampanje mogu da proizvedu kod birača naišla je tokom razvoja političkih komunikacija na kritike i opovrgavanje, naročito pred brojnim dokazima o slabljenju partijskih identifikacija kod birača, sa jedne strane, i vrtoglavog rasta troškova kampanja, sa druge strane. Pitanje zašto akteri nastavljaju da investiraju toliko novca, vremena i energije u nešto što samo minimalno ojača već postojeće predispozicije kod birača otvorilo je novo poglavlje u istraživanju uticaja i uloge izbornih kampanja.

Ta nova istraživanja nisu u potpunosti opovrgla teoriju minimalnog efekta, posebno u domenu odlučivanja individualnog birača i persuzivnosti kampanje, jer i ona potvrđuju da kampanje najčešće samo aktiviraju predispozicije, ali su ponudila nova i dodatna objašnjenja o efektima izborne kampanje na izborne odluke. Nakon novih istraživača ustanovljena je i nova lista pristupa prenošenja političkih poruka.

PRISTUPI PRENOŠENJU POLITIČKIH PORUKA

Kao rezultat različitih viđenja kako političke informacije deluju na primaoca, razlikuju se tri pristupa:

1. Hipodermički pristup

Ovaj pristup je prvi i najstariji, a i danas je široko prihvaćen. Dobio je naziv po potkožnoj injekciji (*hypodermic needle*), a podrazumeva da „kandidati ubeđuju birače jednostavno ‘injekcijom’ pravilno dizajniranih poruka”¹³⁷ a na menadžerima kampanje je da poruke usavrše, odrede kanale prenošenja, broj ponavljanja i pravu kombinaciju poruka kako bi one dospele do pravih birača. Ovaj pristup sugerise i da na kampanju ne utiče pozicija za koju se kandiduje, svojstva suparničkog kandidata, socijalno-ekonomske okolnosti, raspoloženje biračkog tela...

2. Rezonantni pristup

Rezonantni pristup podrazumeva da poruka utiče na birače mešajući se sa prethodno usvojenim informacijama i preovlađujućim predispozicijama i osećajima, i „zavisno od (te) hemije, na izbornu odluku će biti ili neće biti izvršen uticaj”¹³⁸ U tom mešanju, dešava se da se efekat

¹³⁷ Ajangar i Sajmon (2000), str. 158

¹³⁸ Ibid

poslate poruke pojačava ili dolazi do polarizacije sa postojećim stavovima. Prema ovom pristupu, partijska identifikacija predstavlja ako ne odlučujući onda vrlo značajan faktor pri prijemu političkih poruka. Takođe, postoje modeli koji veliki značaj u prihvatanju političkih poruka pridaju i političkoj informisnosti primaoca kao faktoru.¹³⁹

3. Strateški pristup

Za razliku od rezonantnog pristupa koji se fokusira na odnos između kandidata i ciljane javnosti, strateški model fokus stavlja na kompeticiju suparničkih poruka, odnosno na kompeticiju poruka koje dolaze iz suparničkih izbornih štabova (u nekim slučajevima suparnički odašiljalac poruke su i mediji). Ovde se pretpostavlja da su kandidati „međuzavisni, a ne autonomni akteri“¹⁴⁰ i njihove interakcije i sukobljavanja određuju efekat poruke. Ovaj pristup u kalkulaciju uključuje i premisu da kandidat mora da predvidi i strategiju suparničkog kandidata i da u skladu sa njom kreira i šalje svoje poruke biračkom telu. U okviru strateškog modela delovanja poruka, posebno se razmatra i uticaj negativnih poruka u kampanji.

RAZLIČITI EFEKTI KAMPANJA

Teorija minimalnog efekta u izvesnoj meri ostaje važeća kada sagledavamo pitanje persuzivnosti kampanja, odnosno mogućnosti da kampanja promeni izbornu odluku individualnog birača. To je ipak navelo istraživače da prošire predmet istraživanja o efikasnosti, isplativosti i funkcijama izbornih kampanja. Ta istraživanja dala su nove značajne odgovore na pitanje na koje sve načine kampanje utiču na birače i koliko je ipak značajna za ishod izbora.

PRENOS INFORMACIJA

Alvarez i Franklin su još 1994. utvrdili da su birači generalno neskloni riziku, da su neskloni da podršku pruže nepoznatim kandidatima,¹⁴¹ što čini da traže više informacija u kampanjama. Međutim, savremene masovne komunikacije donele su i izvesnu površnost u javni dijalog, pa su poruke i programi „upakovani“ u izjave od 30 sekundi, slogane i spotove koji se emituju na elektronskim medijima. Mediji isto tako prate kampanju kao trku, izveštavaju više o istraživanjima javnog mnjenja i prognozama rezultata, ali i skandalima, ne bi li najširoj publici ponudili ono što najšire slojeve društva zanima u cilju povećanja gledanosti/tiraža i sticanja profita. U tom procesu birači ostaju uskraćeni za kvalitetne suštinske informacije o javnim politikama koje predlažu učesnici na izborima, pa je informativna vrednost kampanja pod znakom pitanja. To pitanje postaje još značajnije ako problemu pristupimo sa aspekta da su kampanje/mediji i najefikasniji izvor informacija ne samo izornoj ponudi već i o političkom sistemu, partijama, ulozi građana i različitih interesa u društvu. Međutim, čak i iz ovog ugla, istraživanja pokazuju da građani koji su izloženi porukama iz kampanje na jednostavnim testovima bolje prolaze od onih koji tim porukama uopšte nisu bili izloženi, stoga premisa o izbornim kampanjama kao važnom izvoru informacija o političkom sistemu i pored navedenih nedostataka ostaje važeća u teoriji političkih komunikacija.

UTICAJ NA USLOVE U KOJIMA SE IZBORI SPROVODE I PITANJA KOJA SU KLJUČNA

Jedan od najznačajnijih načina na koji kampanja utiče na rezultat izbora je definisanje uslova u kojima se dešavaju izbori, pitanja kojima se bave učesnici, mediji i javnost, a posredno onda i kriterijuma po kojima se ocenjuju kandidati. Narativ kampanje (a naročito i javni diskurs

¹³⁹ Najpoznatiji model „obrade“ političkih informacija je model koji je ponudio Zaller, tzv. RAS (receive-accept-sample) model u Zaller, John R. (1992) *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1992.

¹⁴⁰ Ajangar i Sajmon (2000), str. 161.

¹⁴¹ Prema Ajangar i Sajmon (2000), str. 154

neposredno pred kampanju) bitno određuje kako će se birači odlučiti na dan izbora, ali tu veliku ulogu igraju i mediji, jer neki događaj (koji čak ne mora ni biti direktno vezan za društvo i državu u kojoj se odigravaju izbori) mogu u velikoj meri „preoteti“ kampanju. Takvi događaji mogu biti tragedije, prirodne nepogode, teroristički napadi, ekonomske promene, skandali. Ipak, svi učesnici u izborima se trude da budu ti koji će nametnuti temu koja pogoduje baš njima, onu za koju će javnost – birači oceniti da je upravo ta opcija ona koja to pitanje najbolje može da reši. Tako na primer, ako je neka stranka percipirana kao sposobnija da reši ekonomske probleme, ona će se truditi da stanje ekonomije bude glavna tema tokom kampanje, tema o kojoj se najviše priča u medijima, i da upravo to bude oblast koja će biti najvažnija biračima u narednom periodu, a da rešenja koje ta partija predlaže budu onda i najbliža biračima. Ovaj vid vršenja uticaja je možda suptilniji, ali je više nego efikasan i izborno značajan.

NEIZVESNOST KRAJNJEG ISHODA

Česta je pojava u kampanjama da se potencira poruka o neizvesnosti rezultata i nemogućoj prognozi krajnjeg ishoda izbornog procesa. Motiv iza ove pojave nalazi se u objašnjenju koje potiče iz teorije racionalnog izbora. Naime, primena ove teorije na birače naziva se i Paradoksom glasanja¹⁴² i prema ovoj pretpostavci koristi koje birač može da ima od ishoda glasanja, kao i mogućnost da baš taj jedan glas značajno utiče na rezultat, prevazilaze napor koji birač mora da napravi da bi se informisao o izbornom procesu i ponudi, napravio odluku i otišao do biračkog mesta da glasa. Iz tog razloga, da bi se uvećao značaj svakog pojedinačnog glasa, iz kampanja se neretko šalju poruke o prognozama o neizvesnosti izbora.

Ideja je da je to jedan od načina da se poveća izlaznost, a veća izlaznost podrazumeva i diverzifikovanu strukturu birača što veoma može promeniti rezultat izbora. Ipak, ova zasluga, za povećanje izlaznosti, ne može se pripisati samo porukama iz kampanje, već one dolaze i od samih medija. Mediji, da bi povećali gledanost i tiraže isto toliko izveštavaju o prognozama o krajnjem ishodu podižući tenziju, pa se uticaj na izlaznost ne može objasniti samo jednim od izvora informacija tokom kampanje.

NOVI MEDIJI

Pojava interneta kao novog medija uveliko menja prirodu izbornih kampanja. Mogućnost da se bilo ko sa pristupom internetu u bilo kom trenutku može javiti kao izvor informacije o izbornom toku uticala je na smanjivanje moći kreiranih kvazi-događaja koje menadžeri kampanja nisu mogli da kontrolišu do kraja, sa jedne, ali i proširenja izbornih štabova i profilisanja novih profesija u njima, sa druge strane. U svakom izbornom štabu danas se tako nalaze i menadžeri i konsultanti za kreiranje kampanje na internetu, a od pojave i jačanja uticaja društvenih mreža i oni specijalizovani za npr. *Twitter* i *Facebook*. Kao ni mnogi već navedeni načini uticaja izbornih kampanja na izborne odluke građana, ni upotreba novih medija nije do kraja izmerena i istražena, ali je otvorila potpuno nove mogućnosti koje „klasični“ mediji ne nude. Novi mediji su, što je jako važno, daleko jeftiniji način komunikacije sa biračima nego zakupljivanje oglasa u štampanim i elektronskim medijima, pa se stoga češće i koriste. Ipak, oni nude ranije neslućene mogućnosti dalje segmentacije poruka prema ciljnoj grupi, što je daleko efektnije od uopštenih poruka poslatih široj publici, kakve se pre svega pojavljuju u medijima koje prate najširi delovi biračkog tela. Zanimljiv primer ove specijalno kreirane poruke je poziv sa *Facebook* naloga Baraka Obame u toku kampanje 2012. da njegovi *Facebook* prijatelji čestitaju predsedničkom psu Bou godišnjicu u Beloj kući. Na taj način, Obamina kampanja dobila je podatke o velikom broju ljudi

¹⁴² Za više informacija o ovoj teoriji videti Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Row, N.Y., 1957 ili Aldrich, A. (1993), *Rational Choice and Turnout*, *American Journal of Political Science*, Vol. 37, No. 1. (Feb., 1993), pp. 246-278.

koji su osetljivi na pitanja životinja koje je onda mogla da iskoristi za slanje novih poruka koje se tiču stavova o zaštiti životinja ovog predsedničkog kandidata.

Kao i svaka nova društvena pojava, i pojava društvenih mreža, blogova i foruma zahteva i evoluciju istraživanja o efektima kampanja, pa je bilo i za očekivati da će novi mediji postati predmet istraživanja u okviru političkih komunikacija i da će to biti još dugo u budućnosti.

NEGATIVNA KAMPANJA

Posebnu pažnju u okviru izučavanja uticaja kampanja na odluke birača zaslužuju negativne poruke u kampanji. Negativne poruke su i u Srbiji postale aktuelne za izučavanje i tokom izborne kampanje 2012. kada smo prvi put kao deo kampanje imali negativne spotove autorizovane od strane političke opcije koja ih emituje. Negativan ton kampanje ostaje nedovoljno istražen iako se o njemu raspravlja još od 1964. godine i spota Dejzi iz predsedničke izborne kampanje u SAD. O negativnim kampanjskim porukama ne postoji ni definitivan stav kako utiču na izlaznost ili rezultate izbora. Za početak, treba napomenuti da je podela na pozitivnu i negativnu kampanju vrlo uslovna, jer bi u realnosti bilo vrlo teško naći kampanju – oglase u novinama, društvenim mrežama, na radiju, televiziji, poruke u intervjuima, govorima, iz direktne pošte, sa sajtova kampanje, iz debata i svih drugih oblika komuniciranja poruka u kampanji – koja je samo pozitivna ili samo negativna.

Kako negativne poruke deluju na birače? Mišljenja istraživača su podeljena da li negativna poruka o suparničkom kandidatu ima pozitivan ili negativan uticaj na izlaznost ili način na koji birači donose odluke. Dugo je u političkim komunikacijama važila ideja o demotivirajućim efektima negativne kampanje na izlaznost, kao i tzv. bumerang efektu negativnih kampanja, kojim se označava pojava da kada kandidat krene u negativnu kampanju često se registruje i pad podrške napadaču, a ne samo protivkandidatu koji je napadnut, bar na kratke staze,¹⁴³ a koji može biti vrlo štetan za sve učesnike u izborima. Ipak, kako se negativne poruke i dalje koriste kao deo predizbornih aktivnosti kandidata na izborima, pojavila su se istraživanja koja utvrđuju i drugačije efekte negativnih poruka.

Tako su Sajds, Lipsic i Grosman utvrdili da se birači više bave negativnim nego pozitivnim informacijama, duže ih procesuiraju i duže ih se sećaju. Te kognitivne reakcije objašnjavaju teorijom afektivne inteligencije koja uspostavlja vezu između namere poruke, emotivne reakcije koju poruka provocira i bihevioralnih posledica te emotivne reakcije. Preciznije, autori teorije Markus, Nojman i MekKuan tvrde da negativne poruke proizvode osećanja uznemirenosti i straha i da te emocije automatski pokreću kognitivne mehanizme koji traže dodatne informacije. Psihologijom negativnih informacija u kampanjama bavi se i Martin, obarajući tzv. ostriga pristup negativnim porukama prema kom se građani u naletu negativnih informacija ponašaju poput ostrige, tj. „negativnost ih ohrabruje da sakriju glavu i izbegavaju politiku“ (Martin, 2004: 548). On tvrdi da postoje tri načina na koje negativne kampanje podstiču građane da izađu na izbore i glasaju. Prvo, negativne kampanje motivišu građane kada sugerišu postojanje opasnosti za zajednicu (pa tako apeluju na osećaj građanske dužnosti); zatim, kada ukazuju na opasnost koju bi mogao da predstavlja suparnički kandidat (stimulišući strah od njegovog dolaska na vlast) i, treće, kada upućuju na neizvesnost izborne trke (kada birači uviđaju veći značaj svog pojedinačnog glasa).

¹⁴³ Izraz *bumerang efekat* skovao je Garamon (Garramone) 1984, a Skaperdas i Grofman navode tvrdnje konsultanata da se pad podrške registruje samo u prvim trenucima delovanja negativne kampanje, i da se izborni štabovi odlučuju za tu vrstu komunikacije strateški, onda kada veruju da će na duge staze korist biti veća od tog malog registrovanog pada popularnosti.

Nažalost, istraživanja reakcija negativnih poruka na birače u Srbiji nisu rađena, tako da ni posle ovih izbora 2012. kada smo tokom kampanje bili izloženi formalnim negativnim porukama iz izbornih štabova, i dalje nemamo podatke o tome na koji način su negativne poruke uticale na rezultate izbora.

ZAKLJUČAK

Iako i dalje nema konačnog odgovora kako izborne kampanje određuju ishod izbora, nabrojena istraživanja ponudila su neke moguće odgovore o moći izbornih kampanja i nemoći da neke činioce izborne odluke promene. Za početak, utvrdila su da postoje objektivni uticaji na odluku birača, odnosno da birači u obzir uzimaju stanje ekonomije i ocenu rada prethodne vlasti.¹⁴⁴ Takođe, dobili smo odgovor da je partijska identifikacija, koja je još sredinom prošlog veka označena kao najvažniji faktor biračke odluke uspostavljanjem teorije minimalnog efekta, i dalje nezaobilazni kriterijum koji određuje ponašanje birača i njihovu reakciju na kampanju. Zeler je svojim RAS modelom uveo i političku informisanost kao osnovni kriterijum koji određuje uspešnost uticaja određenih vrsta poruka na neke grupe birača, a Vlezien i Erikson potvrdili da tokom kampanje dueli i konvencije u realivnoj meri uspevaju da utiču na stavove i motivaciju birača. Ono što je možda najvažnije je da je utvrđeno da su kampanje nezamenjive u prenosu informacija o kandidatima, javnim politikama koje predlažu ali i političkom sistemu i procesima uopšte, kao i da mogu da budu ključne za izborni rezultat kada su uspešne u određivanju konteksta i uslova u kojima se dešavaju izbori, i pitanja i problema koji se nalaze u centru pažnje javnosti.

Zaključno, istraživanja kampanja su nas uputila da su za uticaj na birače u toku kampanje najznačajniji obim i intenzitet poruke kandidata, partijske identifikacije birača i izloženost kampanji, što za učesnike na izborima znači da moraju dati odgovore na očekivanja birača, reagovati na strategiju oponenta, a da pritom privuku medijsku pažnju.

Na kraju, ono što istraživanja treba još da pokažu je koliko su kampanje značajne za razvoj političkog sistema i koliko predizborna obećanja pobednika određuju neposrednu budućnost cele zajednice. Rešenja koja se javnosti prezentuju kroz predizborna obećanja su u relativnoj meri zaista buduće mere nove vlasti, pa je neobično što političke nauke izborne kampanje i dalje minimalizuju i zapostavljaju, ostavljajući ih na taj način bez profesionalnog i etičkog vrednovanja akademske javnosti.

LITERATURA

Ansolabehere, S., & Iyengar, S. (1995) *Going negative: How political advertisements shrink and polarize the electorate.* New York: Free Press

Finkel, S. (1993) *Reexamining the "Minimal Effects" Model in Recent Presidential Campaigns,* *The Journal of Politics*, Vol. 55, No. 1, 1-21

Geer, J. G. (2006) *In defense of negativity: Attacks ads in presidential campaigns.* Chicago: University of Chicago Press

Grossmann, M, Sides, J, Lipsitz, K. (neobjavljeno) *The Myth of Universal Aversion: Public Opinion about Negativity in American Campaigns,* <http://home.gwu.edu/~jsides/research.html> (datum pregleda: 13.3.2009.)

Hillygus, D. And Jackman, S. (2003) *Voter Decision Making in Election 2000: Campaign Effects, Partisan Activation, and the Clinton Legacy.* *American Journal of Political Science*, Vol. 47, No. 4, 583-596

Iyengar, S. and Simon, A. (2000) *New Perspectives and Evidence on Political Communicatio and Campaign Effects.* *Annual Review of Psychology* 51, 149-169

Lazarsfeld, P. F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1944) *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign.* New York: Columbia University Press.

Marcus, G. E., Neuman, W. R., & MacKuen, M. (2000). *Affective intelligence and political judgment.* Chicago: University of Chicago Press.

Martin, P. S. (2004) Inside the Black Box of Negative Campaign Effects: Three Reasons Why Negative Campaigns Mobilize, *Political Psychology*, Vol. 25, No. 4

Skaperdas S, Grofman B. (1995) Modeling negative campaigning. *American Political Science Review*. 89:49-61

Wlezien, C. and Erikson, R. (2001) Campaign Effects in Theory and Practice. *American Politics Research* 29, 419-436

Wlezien, C. and Norris, P. (2005) Conclusion: Whether the Campaign Mattered and How *Parliamentary Affairs*, Vol. 58, No.4, 871-888

Zaller, John R. (1992) *The Nature and Origins of Mass Opinion.* Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1992.

KO NAS INFORMIŠE U IZBORNOJ KAMPANJI: PARTIJE ILI MEDIJI?

IZBORNA KOMUNIKACIJA: INTERESI PARTIJA I/ILI GRAĐANA

Moderna demokratska društva se često kvalifikuju kao „medijske demokratije“ što u krajnjoj instanci sugerije na najvažnije obeležje izbornih kampanja – one su, za najveći deo građana, medijske kampanje. Iza nas su vremena, kada su izborni učesnici mogli neposredno da komuniciraju sa svojim biračima. Izborni učesnici danas pokazuju povećano interesovanje za medije pridajući im često značaj koga ni sami mediji nisu svesni. Mediji, s druge strane, nude raznovrsniju i bogatiju ponudu medijskih sadržaja. Istovremeno, medijski pejzaž je obogaćen novim medijima (*web* i društvene mreže) koji predstavljaju kanale komunikacije sa gotovo neograničenim mogućnostima za izborne učesnike.

Od kada postoje sistematska istraživanja političke komunikacije (a ona nemaju tako daleku istoriju, nekih 60-ak godina), posebno su problematizovana dva pitanja. Prvo se odnosi na uticaj medija na izbornu opredeljenje birača, odnosno, koliko izveštavanje medija može promeniti stranačko opredeljenje birača. Studije, sprovedene 40-ih godina u SAD, tvrdile su da je uticaj medija mali i da je partijska identifikacija ključ u izbornom opredeljenju birača. Te su teorije govorile o malom ili nikakvom uticaju medija, a posebno veliki uticaj imala je studija *The People's Choice* iz 1944. godine gde je istražena predizborna predsednička kampanja 1940. godine u okrugu *Erie County*. Autori su utvrdili da praćenje medija više utiče na učvršćivanje postojećih stavova nego na njihovu promenu. Sa pojavom televizije kao najvažnijeg medija u političkoj komunikaciji (posebno od TV duela Kenedi-Nikson, septembar 1960, koji je gledalo 70 miliona gledalaca), promenjene su i medijske teorije, tako da je danas teško govoriti o nepostojanju uticaja medija na izbornu opredeljenje birača. Drugačije socijalne i medijske okolnosti (ali i bitno drugačiji pristup političkom marketingu) su nametale i drugačije teorije, od *agenda setting* do kritičkih teorija. Drugo, i za ovaj tekst važnije pitanje, jeste ono koje se odnosi na pitanje pristrasnosti, odnosno uravnoteženog i objektivnog izveštavanja tokom kampanje. Zrinjka Peruško navodi, citirajući dvojicu američkih autora (D'Alesio, D. i Alen, M. u *Media Bias in Presidential Elections: A Meta-Analysis*), da postoje tri pristupa u analizi medijske pristrasnosti¹⁴⁴ U prvom pristupu, pristrasnost medija se posmatra kroz *gate-keeping* funkciju medija, odnosno „kroz evaluaciju izbora“ koji se u medijima redovno obavlja pri odabiru koji će događaji, procesi ili ljudi biti uvršteni u informativni program. Drugi pristup odnosi se na analizu zastupljenosti (*media coverage*) u kojoj se traži uravnoteženost koja se shvata kao jednakost, tj. podjednaka zastupljenost priloga ili vremena koje se posvećuje izbornim učesnicima. Treći pristup za analizu pristrasnosti medija odnosi se na „medijske stavove (*statements*), tj. na vidljive komentare medija ili novinara u kojima se vidi pozitivan ili negativan odnos o temi ili akteru vesti.

Relevantna istraživanja u Srbiji pokazuju nam da postoji veliki medijski uticaj na ponašanje izbornih učesnika. Mediji su bili važna institucija u svim izbornim procesima nakon 2000. godine, a posebno u onim koji su se odlikovali velikom izbornom participacijom. Izborni učesnici čija se izborna agenda poklapala sa medijskom, najčešće su bili i izborni pobednici. Međutim, na

¹⁴⁴ Peruško, Zrinjka, (Ne)pristrasnost u predizbornoj kampanji na hrvatskim televizijama: ravnoteža i raznolikost u Medijska istraživanja (2008), god. 14, broj 2, Zagreb, Croatia.

medijsku agendu tokom višestranačja u Srbiji u velikoj meri su uticale partije. Tokom devedesetih godina taj uticaj se ogledao u potpunoj kontroli državnih medija i istovremenoj represiji na tzv. opozicione i nezavisne medije. Devedesete godine su, u smislu političke komunikacije, period ozbiljno narušenih principa objektivnosti i nepristrasnosti. Nakon 2000. godine možemo da govorimo o normalizaciji izborne komunikacije, što ne znači da je ona bila i kvalitetna. Kada rezimiramo rezultate o pristrasnosti medija zaključujemo da je najčešći uzrok svesnom „iskrivljavanju“ u informisanju postojanje veze između političkih stavova novinara i njihovog odabira vesti. Ili, postojanja „procene“ u redakcijama da program nekog od izbornih učesnika više odgovara opštim interesima (onako kako ga oni vide), bez direktne veze novinar - njegova politička opredeljenja. Od 2007. godine se naglašeno oseća partijski uticaj na izveštavanje medija, najviše iz dva razloga: prvi se ogleda u činjenici da je regulativa dozvolila veliki „upliv“ plaćenog političkog oglašavanja, a drugi, podjednako važan, putem slanja partijskih materijala medijima (posebno televizijama) koji se nekritički i bez novinarskih intervencija objavljuju. Ovaj rad upravo i polazi od hipoteze da je uticaj partija na medije veliki i da je u ukupnom izbornom vremenu premalo novinarskog rada. To na dugoročnoj osnovi urušava pravo građana na kvalitetnije informisanje o izbornim učesnicima, a medijima „ukida“ pravo na kritički odnos prema izbornim učesnicima. U proporcionalnom sistemu kakav je u Srbiji od velike je važnosti zadržati princip uravnoteženog i nepristrasnog izveštavanja.

REGULATIVA KAO POLAZNA TAČKA KVALITETNE IZBORNE KOMUNIKACIJE

Dobro uređen medijski sistem i jasno definisana pravila od strane regulatornih tela prvi su i najvažniji preduslov za kvalitetnu izbornu komunikaciju. Ovde, pre svega, mislimo na televizije budući da one podležu najopsežnijoj regulaciji. Štampa i internet, uglavnom, ne prepoznaju striktnije definisana ograničenja. Regulativa treba, pre svega, da pomogne edukaciji i upoznavanju birača sa izbornim temama, ali i da ostavi jednake šanse izbornim učesnicima. Interes medija se ogleda u izveštavanju o izborima, koji u svakoj državi predstavljaju vrhunac političkog aktivizma, ali i mogućnosti da profitiraju, ukoliko medijski sistem određene države poznaje plaćeno oglašavanje. Poseban značaj regulativa ima u društvima bez demokratske tradicije – postkomunističkim državama, među kojima je i Srbija. Usporedna praksa nam pokazuje različita iskustva i nemoguće je govoriti o „idealnom“ modelu, jer regulativa mora da uzme u obzir nekoliko kompleksnih faktora koji determinišu izbornu komunikaciju: vrstu izbornog sistema, partijski sistem i medijski sistem u celini. Generalno uzev, razvijene demokratije češće poznaju regulaciju bez mogućnosti za plaćenim oglašavanjem (Velika Britanija, Holandija, Švedska, Norveška), mada i tu postoji veliki broj zemalja sa kvalitetnom izbornom komunikacijom, koja uključuje i plaćeni marketing (SAD, Kanada, Australija). Poseban senzibilitet treba imati, kada se radi o regulativi za javne i privatne (komercijalne) medije, na čemu insistira i Venecijanska komisija.¹⁴⁵

Srbija je sa uvođenjem višestranačja sledila put većine zemalja bivšeg Istočnog bloka i u svoju izbornu praksu uvela plaćeno oglašavanje. Ono je, između ostalog, nastalo kao produkt istorijskog konteksta na kraju 80-ih i početkom 90-ih godina u tim zemljama, u kojima je vladala potpuna kontrola od strane jedne partije nad radom državnih medija. To je praktično značilo da je za opozicione partije kao kanal komunikacije sa biračima ostajao mali broj nezavisnih medija i plaćeno političko oglašavanje. Budući da smo već istakli da u periodu 1990-2000. u Srbiji imamo svojevrsan medijski (i ne samo medijski) kaos, o suštinskoj medijskoj regulativi mi faktički

¹⁴⁵ European Commission for Democracy through Law (Venice Commission), Guidelines on Media Analysis During Election Observation Missions by the OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE/ODIHR) and the Venice Commission, 2009. Dostupno na: [http://www.venice.coe.int/docs/2009/CDL-AD\(2009\)031-e.asp](http://www.venice.coe.int/docs/2009/CDL-AD(2009)031-e.asp), posećeno dana 7. maja 2012. godine.

možemo da govorimo tek od 2002. godine, kada je usvojen Zakon o radiodifuziji. Međutim, samo usvajanje gotovo svih medijskih zakona u Srbiji pratilo su brojne kontroverze, što je bitno uticalo i na njihov kvalitet.¹⁴⁶ Brojni su problemi u regulativi izborne komunikacije u Srbiji, što posledično dovodi i do toga da imamo preveliki uticaj partija na izveštavanje o izborima. Upravo ćemo kroz ključne probleme koji postoje u regulativi ponašanja medija tokom izbornih kampanja, pokazati sve negativne efekte tog procesa i naglašen uticaj partijskih sadržaja. To posledično utiče i na nedovoljnu zastupljenost novinarskog rada i nepoštovanja profesionalnih standarda.

PROBLEMI SA REGULATIVOM IZBORNE KOMUNIKACIJE U SRBIJI

Imajući u vidu iznetu tezu da neuređeno zakonodavstvo ostavlja dosta prostora za različite interpretacije i da dovodi do prenatlaženog uticaja partija na izveštavanje medija tokom kampanje, izložićemo neke od najvažnijih problema koje smo zabeležili tokom višestranačja u Srbiji, posebno nakon 2000. godine.

Probleme sa kojima se suočilo srpsko društvo na početku demokratskih promena delili su i mediji – medijski sistem je u 2000. godini bio razrušen, posledice rigidnog Zakona o javnom informisanju iz 1998. godine velike, a primetno je bilo odsustvo bilo kakve konzistentne strategije u definisanju medijske politike. Usvajanjem Zakona o radiodifuziji (2002) formirana je Republička radiodifuzna agencija, koja je, u najvećoj meri, uticala na kreiranje pravila za ponašanje medija tokom izborne kampanje. Međutim, bez obzira na postojanje regulatornog tela i više medijskih zakona, polje izborne komunikacije je ostalo opterećeno brojnim problemima i ovde ćemo pomenuti tri najvažnija.

NEUREĐENO ZAKONODAVSTVO I DIFUZIJA ODREDBI U RAZLIČITIM ZAKONSKIM REŠENJIMA

Izveštavanje medija tokom izbornog procesa u Srbiji, regulisano je brojnim zakonskim rešenjima. Dodatnu konfuziju predstavlja činjenica da su neki od tih zakona tipično izborni zakoni (Zakon o izboru narodnih poslanika), drugi su medijski (Zakon o radiodifuziji ili Zakon o javnom informisanju), dok treći obuhvataju, osim medijskih i neka važna ekonomska pitanja, kao što je Zakon o oglašavanju (usvojen 2005. godine). Sve ovo utiče da u Srbiji faktički ne postoji jedinstven okvir za interpretaciju najvažnijih zakonskih odredbi, što u praksi proizvodi konfuznost i brojne nedorečenosti.¹⁴⁷ Ovakva situacija ostavlja mnogo prostora za različita tumačenja, posebno od strane političkih partija, koje u zakonskim nedorečenostima, pronalaze različite „modalitete“ za komunikaciju sa svojim biračima. Ne pledirajući da je objedinjavanje regulative dobro rešenje, napominjemo samo da bi Savet RRA u svojim Uputstvima trebao ići u pravcu pripreme kvalitetnijeg okvira, koji treba da podstakne veće učešće novinarskog rada, uz istovremeno ograničavanje partijskih uticaja. Budući da izveštavanje o izborima uključuje više senzibiliteta i poznavanje, ne samo medijskih, nego i izbornih procedura, sasvim je sigurno da bi Savet RRA trebao da uključi i mišljenja ekspertske javnosti.

¹⁴⁶ Prvo je usvojen Zakon o radiodifuziji, pa tek onda Zakon o javnom informisanju kao opšti akt. Formiranje Republičke radiodifuzne agencije proteklo je uz mnogo problema i sumnji u njegovu nezavisnost. Zakon o javnom informisanju je donet u veoma neprijatnom kontekstu po državu Srbiju (ubistvo premijera Z. Đinđića), da bi 2010. godine bio izmenjen i dopunjen veoma rigidnim zakonskim rešenjima (koja su kasnije ocenjena kao neustavna).

¹⁴⁷ Kao dobar primer konfuznosti koja može da se javi zbog nepostojanja jasnog okvira i pozivanja na različita akta, beležimo problem plaćenih termina tokom poslednje kampanje za opšte izbore 2012. godine. Savet RRA se u najavama za definisanje plaćenih termina (uoči donošenja poslednjeg Opšteg obavezujućeg uputstva) pozivao na utemeljenje te odluke u Zakonu o izboru narodnih poslanika, iako se u tom aktu ne preciziraju konkretne stvari (Zakon propisuje samo opšta načela). Nakon što su definisali pravila za plaćene termine (objavljujući Uputstvo), njihovo utemeljenje su obrazložili pozivajući se na Zakon o oglašavanju. Međutim, sam Zakon o oglašavanju ne prepoznaje plaćene termine kao institut, već govori o TV prodaji.

SLABO I NEAKTIVNO REGULATORNO TELO

Republička radiodifuzna agencija (RRA) je telo nadležno za nadzor svih emitera u Republici Srbiji. Budući da je televizija najuticajnijim medij izborne komunikacije (Srbija je rekorder po broju sati koje njeni građani provedu ispred TV ekrana, više od pet sati dnevno), najvažniji zadatak u regulaciji ponašanja medija počinje upravo od regulacije TV izveštavanja. Od 2003. godine, Savet RRA izdaje Uputstva u kojima definiše okvir za ponašanje emitera. Od tada se, kroz nekoliko izbornih ciklusa, pokazao niz nedostataka, kako u samim uputstvima, tako i kod uloge Saveta RRA tokom trajanja kampanje. Sve nedostatke možemo grupisati u tri grupe.

- 1) Savet RRA je u svojim Uputstvima (posebno onim pre izbora 2012) ostavio veliki prostor za plaćeni marketing, jer je dozvoljavao i do 120 minuta iznajmljenih ili plaćenih termina, koji su u potpunosti realizovani u partijskoj produkciji. To vreme se ne računa u regularno vreme za oglašavanje od šest minuta na Javnom servisu odnosno 12 minuta po satu na komercijalnim emiterima.
- 2) Druga vrsta problema je povezana sa neujednačenim tumačenjima pojedinih zakonskih odredbi, što je proizvodilo česte (negativne) reakcije i nezadovoljstvo, kako medija, tako i izbornih učesnika. Nezadovoljstvo odlukama Saveta RRA utiče na veoma nizak obim poverenja u ovu instituciju, od strane svih učesnika u izornoj komunikaciji: medija, političkih stranaka, ekspertske javnosti. Koliko različita tumačenja mogu uticati na stvaranje lošeg okvira za izbornu komunikaciju pokazuje i situacija sa tzv. spotovima anti-kampanje u kampanji za izbore 2012. godine. Naime, uprkos striktnim ograničenjima koje propisuje Zakon o oglašavanju, RRA je dozvolila emitovanje negativne kampanje, ne samo u ovom ciklusu, nego i na izborima pre četiri godine (na tim izborima su spotovi bili nepotpisani, što je još jedno kršenje Zakona). Ove godine su, međutim, neki spotovi zabranjeni,¹⁴⁸ dok su se drugi nesmetano emitovali, pri čemu je u oba slučaja javnost ostala uskraćena za detaljnije obrazloženje.
- 3) Treći problem u radu RRA je njegova neaktivna uloga tokom kampanje i neblagovremeno izricanje sankcija (ili izostanak istih) za one emitere koji su prekršili Zakon o radiodifuziji, Zakon o oglašavanju ili Opšte obavezujuće uputstvo. Tako je u kampanji za izbore 2008. godine, monitoring medija objavljen tek mesec dana od dana glasanja. U ovoj kampanji RRA je reagovala u nekoliko slučajeva (zabranjen je spot LSV; prekinut je rad nekih emitera zbog kršenja predizborne tišine)¹⁴⁹, ali su obrazloženja tih odluka i dalje ostavila prostor za različite reakcije novinarskih udruženja, medija i političkih stranaka.

MOGUĆNOST PRENAGLAŠENOG UTICAJA PARTIJA NA IZBORNE SADRŽAJE

Regulativa, u ovom slučaju, oličena u Opštem obavezujućem uputstvu, dozvolila je, u kampanji za izbore 2012, do 90 minuta plaćenih termina tokom dana, pri čemu se to vreme nije računalo u redovno radio i TV oglašavanje. Ograničenje je bilo i u trajanju (po pet minuta dnevno) i, izuzetno, samo jednom u kampanji do 30 minuta. Plaćeni termini nisu mogli biti emitovani u tzv. užem prajm tajmu ni na radiju, ni na televizijama.¹⁵⁰ Ranije je regulativa bila još otvorenija: plaćeni termini su mogli biti emitovani bilo kada i do 120 minuta dnevno. Druga vrsta uticaja partija

¹⁴⁸ U kampanji za izbore 2012. godine, zabranjen je spot Lige socijaldemokrata Vojvodine (LSV), dok su ostali negativni spotovi (koalicioni izbor za bolji život i Pokrenimo Srbiju) emitovani bez izricanja zabrane.

¹⁴⁹ Program nekoliko televizija, među kojima su dominantno one iz regiona (HRT, OBN, BN, ali i Studio B, Svet Plus Info), bio je prekinut na nekoliko sati zbog kršenja predizborne tišine, ali ni pet dana od dana održavanja izbora nije dobijeno konkretno obrazloženje koji su to sadržaji bili sporni.

¹⁵⁰ Opšte obavezujuće uputstvo radio i televizijskim stanicama (emiterima) u predizornoj kampanji za lokalne, pokrajinske i republičke skupštinske izbore, izbore za predsednika republike i izbore za nacionalne savete nacionalnih manjina, Savet RRA, 2012, Beograd. Dostupno na: http://www.rra.org.rs/uploads/useruploads/PDF/4741-opste_obavezujuce_uputstvo_radio_i_televizijskim_stanicama_emiterima_u_predizornoj_kampanji_za_lokalne.pdf. Posećeno dana 10. maja 2012. godine.

na izborne sadržaje nije povezana sa propisima Saveta RRA, već je produkt odluka na nivou redakcija i samih medija. Televizije se, uglavnom, oslanjaju na partijske materijale koje dobijaju, snimke i tonske zapise koji se emituju sa malo ili nimalo novinarske intervencije. To dovodi do pomalo paradoksalne situacije, da na različitim televizijama, gledaoci mogu da gledaju identične priloge, što je zabeleženo tokom poslednje kampanje. Istovremeno, izborni blokovi su „usitnjeni“, monotoni, raspoređeni jednako na sve izborne učesnike, bez kritičkog odnosa. Ova kampanja će ostati zabeležena i po tome što je jedna stranka faktički zakupila jednu frekvenciju (udarne jutarnje i večernje termine) i na njoj emitovala gotovo isključivo partijski odnosno izborni sadržaj.¹⁵¹

Veliki uticaj partija na izborni sadržaj (pre svega, na televizijama), pokazaćemo na primerima parlamentarnih, pokrajinskih i lokalnih izbora 2008. i opštih izbora 2012. godine.

IZBORI 2008.

U poslednjih sedam dana kampanje za izbore u maju 2008. godine, bilo je skoro 90 sati programa posvećenog izborima (na šest TV sa nacionalnom frekvencijom), odnosno oko 13 sati programa svake večeri.¹⁵² Struktura TV programa nam pokazuje da je 59% programa bilo popunjeno promotivnim sadržajima (plaćeni termini i reklame), dok je 41% pripadao informativnom programu (vesti i izborne emisije, bilo da se radi o redovnim ili specijalnim). Budući da RTS kao Javni servis nema pravo da emituje plaćene termine, na komercijalnim televizijama su 66% programa činili komercijalni sadržaji.¹⁵³ Ovi nalazi su bolji u poređenju sa predsedničkim izborima 2008. godine, ali i dalje možemo govoriti o dominaciji komercijalnih sadržaja, koji su u potpunosti kreirani od strane političkih partija.

U kampanji za majske parlamentarne izbore je bilo emitovano čak 8.865 reklamnih spotova.¹⁵⁴ Jedino je na saveznim i predsedničkim izborima 24. septembra 2000. godine emitovano više spotova, neverovatnih 10.183. Od ukupnog broja spotova njih 804 ili 10% spada u ono što smo definisali kao „anti-kampanja“, a među njima se nalazi čak 572 (preko 70%) usmerenih protiv koalicije Zajedno za evropsku Srbiju (ZES). Po ukupnom broju spotova ističu se DSS/NS i SRS, dok je po dužini trajanja na prvom mestu lista Zajedno za evropsku Srbiju. B92 je bio medij sa najvećim brojem i najvećom dužinom trajanja reklamnih spotova, a onda slede Pink, Avala i Enter.

Podatak da su u ovoj kampanji plaćeni termini trajali više od 10 dana (!) verovatno je i najbolji pokazatelj da je preporuka Saveta RRA o mogućnostima zakupa 120 minuta dnevno urušila pravo javnosti na kvalitetnije izveštavanje. Posebno na nekim televizijama, poput Košave, koja je iznajmila skoro 63 sata plaćenih termina, a pritom nije pripremila nijednu izbornu emisiju. Na Avali i Enteru je, takođe, informativni program bio „utopljen“ u moru promotivnih sadržaja – prva je prodala više od 48 sati, a druga 46 i po sati plaćenih termina.

Ovi podaci nam ukazuju na dve bitne posledice. U okolnostima koje smo naveli, neravnopravnost izbornih učesnika je bila logična posledica, jer je ova forma izbornih sadržaja bila dostupna manjem broju izbornih učesnika. Praksa svuda u svetu, pokazuje da je segment komercijalnog

¹⁵¹ Kanal Svet Plus Info je produkcija koja je emitovala svoje sadržaje (uglavnom partijske i predizborne) na trećem kanalu TV Kopernikus. Njena glavna i odgovorna urednica je ujedno bila kandidat za predsednika jedne beogradske opštine ispred Srpske napredne stranke (SNS), a direktor visoki funkcioner iste stranke.

¹⁵² Milivojević, Snježana; Klačar, Bojan; Nikolić, Ana, Afere, državni marketing i iznajmljeni termini u Oko izbora 17, Centar za slobodne izbore i demokratiju, 2008, Beograd.

¹⁵³ Ibidem (2008), str. 95.

¹⁵⁴ Podaci su preuzeti su iz prezentacije tokom izborne noći, Bročić, Darko u Parlamentarni, pokrajinski i lokalni izbori – podaci o TV oglasnim kampanjama, plaćenim terminima i gledanosti predizbornih TV nastupa (Medija centar, 11. maj 2008), AGB Nielsen Media Research, Beograd. Uzorak čine sve televizije sa nacionalnom frekvencijom plus RTV1, Enter i Studio B.

političkog reklamiranja prostor u kome se može ostvariti velika nepravilnost između izbornih učesnika. Takvi sadržaji trivijalizuju kampanju, čine je manipulativnom, više idu na emocije i personalizaciju i drastično povećavaju troškove kampanje. Opet, s druge strane, prednosti ovakvih sadržaja, poput njihove zanimljivosti, direktnosti i mogućnosti konciznog saopštavanja ključne poruke, predstavljaju, barem prema procenama izbornih štabova, veliku korist za političke partije. Na drugoj strani, dominacija ovakvih poruka znači da građani dobijaju već unapred selektovane i partijski filtrirane informacije.

Još jedan vid uticaja partija na izveštavanje medija tokom kampanje jesu i tzv. državne aktivnosti izbornih učesnika, koji su „privilegija“ samo za one partije koje čine vladajuću koaliciju. I te državne aktivnosti su obilato korišćene u kampanji za ove izbore. Naime, ako u TV prezentaciji pogledamo odnos izbornog i van izbornog bloka uočavamo znatno veće trajanje priloga koji su emitovani izvan izbornih hronika a što se, mahom, „preklapa“ sa aktivnostima državnih funkcionera. Iako je broj priloga veći u izbornim hronikama nego u redovnim vestima njihovo kraće trajanje sugerise nam da su izborni blokovi bili usitnjeni sa težnjom da se „pokrije“ što veći broj učesnika, dok su prilozima van izbornih hronika bili duži, sa većim novinarskim angažmanom i posvećeni, uglavnom, SSP-u i ugovoru sa Fijatom.¹⁵⁵ I analiza tipa događaja koincidira sa ovim nalazima – u 38% priloga izborni učesnici nastupali su kao državni funkcioneri.¹⁵⁶ Tretman izbornih učesnika u dnevnim novinama upućuje nas na istovetne zaključke o pojačanom uticaju vlasti – državne aktivnosti izbornih učesnika imale su samo četiri priloga manje u odnosu na njihov izborni angažman što čini 27% od ukupnog broja.¹⁵⁷

IZBORI 2012.

Izborni sadržaji na poslednjim izborima (emitovani na šest televizija sa nacionalnom frekvencijom), u poslednjih sedam dana kampanje, trajali su 50:32:28.¹⁵⁸ Prosečni dnevni program na svim televizijama je iznosio više od sedam sati, a na jednoj televiziji je u proseku emitovano 01:12:12. Procentualno gledano, najveći deo izbornih sadržaja činile su izborne emisije (*talk show*, debate) – 37,3%, a zatim slede reklame (28,2%), centralne informativne emisije (20,3%) i plaćeni termini (14,2%). Već iz ovih podataka zaključujemo da komercijalni (promotivni) sadržaji čine 42%, a informativni čine 58%. To znači da je u odnosu na 2008. godinu došlo do obrnutog trenda, jer su tada izborne sadržaje dominantno činili promotivni sadržaji. Do te promene je došlo zahvaljujući Uputstvu Saveta RRA koje je ograničilo emitovanje plaćenih termina na TV u periodu od 19:00 do 23:00, pa su se političke partije, uglavnom opredelile da te termine ne koriste u prevelikoj meri (zbog manje atraktivnosti termina). Bez obzira na to, i dalje govorimo o visokom udelu komercijalnog programa, koji se ogleda (u najvećoj meri) u visokom procentu emitovanih reklama (14:14:53 ili 28,2%). Od šest televizija, na njih tri preovlađuju informativni sadržaji (RTS1, B92 i Happy), dok na Prvoj, Pink i TV Avala ima više komercijalnih nego informativnih sadržaja. Na TV Pink je emitovano najviše reklamnih spotova (ukupno 04:25:54) i najviše plaćenih termina (02:34:51). Uz komercijalne sadržaje, Pink je imao i višečasovnu emisiju uoči predizborne tišine, pa stoga ne čudi da upravo Pink, od svih televizija, ima najviše emitovanog izbornog programa – 24%. Potom slede: RTS 1 i B92 (po 22%), Prva (13%), Happy (12%) i Avala (7%).

¹⁵⁵ Potpisivanje SSP i dolazak Fijata na srpsko tržište, teme su koje su obeležile kampanju za parlamentarne izbore 2008. godine.

¹⁵⁶ Milivojević, Snježana; Klačar, Bojan; Nikolić, Ana, Afere, državni marketing i iznajmljeni termini u Oko izbora 17, Centar za slobodne izbore i demokratiju, 2008, Beograd.

¹⁵⁷ Ibidem (2008), str. 102.

¹⁵⁸ Podaci su preuzeti iz istraživanja koje je realizovao Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID), Mediji i izbori, zastupljenost izbornih učesnika u medijima, sprovedenom na uzorku od šest nacionalnih televizija (u prajm tajmu od 18:00 do 24:00) i osam dnevnih novina, u periodu od sedam pre početka predizborne tišine. Rezultati su prezentovani u izbornoj noći, u TANJUG Press centru, dostupno u Centru za slobodne izbore i demokratiju.

Četiri liste se izdavaju kada je reč o udelu komercijalnih sadržaja: URS, Izbor za bolji život, Pokrenimo Srbiju i SPS/PUPS/JS. URS je drastičan primer u udelu komercijalnih sadržaja gde taj procenat iznosi čak 78%. Iznadpolovičan udeo reklama i plaćenih termina beležimo i kod koalicije Izbor za bolji život (53%), 48% je kod liste Pokrenimo Srbiju, odnosno 43% za SPS/PUPS/JS.

Da bismo što sveobuhvatnije sagledali celinu plaćenog oglašavanja, navešćemo podatke o ukupnom broju emitovanih sekundi, po izbornim listama na svim izborima i na 26 televizija.¹⁵⁹ Na prvom mestu je Izbor za bolji život sa 155.296 emitovanih sekundi, zatim slede Ujedinjeni regioni Srbije (99.014), Pokrenimo Srbiju (51.646), Preokret (39.931), SPS/PUPS/JS (25.395), SRS (15.278), DSS (10.099) i ostale liste (17.150). Gledano po medijima, prednjačila je TV Pink koja je emitovala ukupno 104.627 sekundi; a daleko više od ostalih emitovala je i TV Prva (93.057).

Kod predsedničkih izbora su procenti komercijalnih sadržaja još veći, barem kada govorimo o nekoliko kandidata, u poslednoj nedelji pred glasanje. Posebno se izdvajaju Boris Tadić, Ivica Dačić i Čedomir Jovanović. U strukturi njihovog pojavljivanja na televizijama, više od 55% čine promotivni sadržaji: kod Borisa Tadića 62%, Ivica Dačića 61%, odnosno Čedomira Jovanovića 55%. Istovremeno, izborne emisije kod Tadića čine 27%, kod Jovanovića 22%, a Dačića 21%. Stoga je za ovu trojicu očekivano niži udeo pojavljivanja u vestima i centralnim informativnim emisijama, od 11% za Tadića, preko 17% za Dačića, do 22% za Jovanovića. Uz ovu trojicu, i predsedničkog kandidata Dveri Vladana Glišića odnosno kandidatkinju SRS Jadranku Šešelj karakteriše veći broj pojavljivanja u komercijalnim nego u informativnim programima: kod Glišića je odnos 54% naspram 46%, kod Jadranke Šešelj 51% naspram 49%. Šta nam ovi podaci govore? Petorica od ukupno 12 kandidata su u udarnim večernjim terminima više bila zastupljena u plaćenim programima (u ovom slučaju, reklamama), nego u informativnim emisijama. Među njima se nalazi kandidat sa najviše osvojenih glasova u prvom krugu (Boris Tadić sa 25,31% osvojenih glasova) odnosno trećeplasirani Ivica Dačić sa 14,23% osvojenih glasova. Istovremeno, ako pogledamo ukupno vreme koje su pojedini kandidati dobili, zaključujemo da je Borisu Tadiću ukupno bilo posvećeno 05:06:08 ili 33%. Iza njega se nalaze Ivica Dačić, ali sa „samo“ 02:03:57 il 14%, odnosno Čedomir Jovanović sa 01:56:50 ili 13%. Svi ostali kandidati su ispod 10%, pre svih Tomislav Nikolić (9%) i Vojislav Koštunica (7%).

Gledano prema podacima za celu kampanju, dominacija predsedničkog kandidata Borisa Tadića je još izraženija, jer ukupan broj emitovanih sekundi za njega iznosi 42.863, dok se na drugom mestu nalazi Čedomir Jovanović sa skoro tri puta manje: 15.617.¹⁶⁰

U štampanim medijima su izborne liste i kandidati izabrali dva načina komunikacije sa biračima, barem kada je reč o plaćenom oglašavanju. Prvo, u većini štampanih medija (posebno onim najtiražnijim) redovno su objavljivani oglasi najvećih političkih stranaka u Srbiji – DS i SNS, razdvojeni u zavisnosti na tip izbora. Tako smo imali „odvojenu“ komunikaciju za parlamentarne, predsedničke i lokalne izbore. Za parlamentarne i predsedničke izbore oglasi su najčešće zauzimali centralne pozicije u dnevnim novinama, treću ili petu stranu, a u finišu kampanje i naslovnu stranu. Oglasi za lokalne izbore često su zauzimali tzv. beogradske strane, u kojima su se i nalazile vesti o lokalnoj kampanji za Grad Beograd. To nam sugeriše (a izborni rezultati i pokazuju) da su procene izbornih štabova išle u pravcu fokusiranja kampanje na određene lidere koji su u prethodnom periodu zauzimali ključne pozicije u vlasti. Ovde, pre svega, mislimo na Dragana

¹⁵⁹ Podaci su preuzeti su iz prezentacije tokom izborne noći u Medija centru, Bročić, Darko u *Predsednički, parlamentarni, pokrajinski i lokalni izbori – podaci o TV oglasnim kampanjama, plaćenim terminima koalicija, stranaka i kandidata* (Medija centar, 6. maj 2012), AGB Nielsen Media Research, Beograd. Uzorak od 26 TV stanica, a spotovi ili zakupljeni termini su zabeleženi na: RTS1, RTS2, Pink, Prva, Avala, Happy, Studio B, TV Vojvodina 1 i B92 Info.

¹⁶⁰ Ibidem, 2012.

Đilasa koji je u Beogradu napravio bolji rezultat na lokalnim izborima nego lista kojoj pripada na parlamentarnim izborima. Drugo, liste ili kandidati su, osim oglasa, štampali i objavljivali posebne dodatke/brošure u kojima su najčešće prezentovani rezultati odnosno uspesi određenih stranaka ili su (ne tako retko) objavljivane i anti-kampanje, u kojima su iznošene teške optužbe na račun političkih konkurenata.

O partijskom uticaju na štampane medije govori još jedna činjenica, koja je kao resurs bila od koristi samo za partije koje su se nalazile u vlasti. Naime, tokom poslednjih sedam dana kampanje, bilo je ukupno 175 tekstova u dnevnim novinama, u kojima su državni funkcioneri obavljali neizborne aktivnosti u vidu „državnog marketinga“, što im je omogućavalo dodatni prostor u medijima. Tih 175 tekstova čini 15% od ukupnog broja, što je, u poređenju sa izborima 2008. godine, manje za nekih desetak procenata. Očito je da su pritisci u javnosti i preporuke Saveta RRA učinile da se državne aktivnosti smanje u odnosu na prethodni izborni ciklus.

ZAKLJUČNA RAZMATRANJA

Posmatrano sa medijskog aspekta, kampanje u Srbiji od 2007. godine karakteriše povećan uticaj partija na izborne sadržaje koji se objavljuju. Taj uticaj se dominantno kreira kroz plaćeni politički marketing, jer je regulativa dozvolila, osim redovnih formi oglašavanja, i plaćene termine. U kampanjama 2007. i 2008. godine, taj uticaj je bio posebno izražen, jer je regulatorno telo dozvolilo i do 120 minuta plaćenih termina, bez ograničenja u pogledu prajm tajma. Limiti koje je u kampanji za poslednje izbore postavila RRA su direktno uticale da se ukupno trajanje zakupljenih termina smanji za šest puta: 2008. je zakupljeno 10 dana, 0 sati, 13 minuta i 38 sekundi, a 2012. „samo“ 1 dan, 14 sati, 16 minuta i 6 sekundi. Ovo nam pokazuje da promene u regulativi izborne komunikacije direktno utiču na smanjivanje partijskog uticaja na medije, što je dugoročno gledano od velike koristi, jer se stvaraju preduslovi za više informativnog programa.

Uticaj partija na medije, javlja se još u dva oblika: putem državnih aktivnosti izbornih učesnika i slanjem partijskih materijala radio i TV stanicama. U prvom slučaju beležimo napredak u odnosu na prethodne kampanje, jer se i na TV i u štampi taj procenat smanjio, iako su te aktivnosti i dalje veoma vidljive. Očito je da je pritisak koji je postojao u javnosti, ali i preporuke RRA i zakonska rešenja Zakona o agenciji za borbu protiv korupcije, doprineo takvim trendovima. Ono što je obeležilo i kampanju za izbore 6. maja jeste obilje partijskog materijala koji se emituje u informativnim emisijama i svojevrsna PR-izacija kampanje, pa su izborni blokovi na svim televizijama izgledali gotovo identično. To je novinarski rad u centralnim informativnim emisijama svelo na minimum.

Uporedimo li kampanju u 2012. godini sa prethodnim uočavamo da su se neki trendovi zadržali (slanje partijskih materijala i nekritički odnos medija prema njima), neki su u opadajućem trendu (manji broj plaćenih termina, što je nastalo kao produkt Uputstva RRA), dok su državne aktivnosti izbornih učesnika nastavljene relativno visokim intenzitetom, uprkos velikim pritiscima javnosti. Ako ovome dodamo i brojne kontroverze i nejasnoće koje izaziva period predizborne tišine, jasno je da postoji još mnogo prostora za unapređenje izborne komunikacije u Srbiji.

LITERATURA

Bročić, Darko u Parlamentarni, pokrajinski i lokalni izbori – podaci o TV oglasnim kampanjama, plaćenim terminima i gledanosti predizbornih TV nastupa (Medija centar, 11. maj 2008.), AGB Nielsen Media Research, Beograd

Bročić, Darko u Predsednički, parlamentarni, pokrajinski i lokalni izbori – podaci o TV oglasnim kampanjama, plaćenim terminima koalicija, stranaka i kandidata (Medija centar, 6. maj 2012.), AGB Nielsen Media Research, Beograd.

European Commission for Democracy through Law (Venice Commission), Guidelines on Media Analysis During Election Observation Missions by the OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights (OSCE/ODIHR) and the Venice Commission, 2009

Mediji i izbori, zastupljenost izbornih učesnika u medijima, prezentacija u Press centru Tanjug u izbornoj noći, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID), 2012, Beograd

Milivojević, Snježana; Klačar, Bojan; Nikolić, Ana, Afere, državni marketing i iznajmljeni termini u Oko izbora 17, Centar za slobodne izbore i demokratiju, 2008, Beograd

Opšte obavezujuće uputstvo radio i televizijskim stanicama (emiterima) u predizbornoj kampanji za lokalne, pokrajinske i republičke skupštinske izbore, izbore za predsednika republike i izbore za nacionalne savete nacionalnih manjina, Savet RRA, 2012, Beograd

Peruško, Zrinjka, (Ne)pristrasnost u predizbornoj kampanji na hrvatskim televizijama: ravnoteža i raznolikost u Medijska istraživanja (2008), god. 14, broj 2, Zagreb, Croatia

<http://www.venice.coe.int>

<http://www.rra.org.rs>

<http://www.mc.rs>

<http://www.cesid.org>

KORIŠĆENJE INTERNETA U IZBORNOJ KAMPANJI U SRBIJI 2012. GODINE

REZIME

U političkoj kampanji Internet može imati značajnu ulogu u njenom organizovanju, informisanju građanstva, prikupljanju novca za izborne delatnosti, obraćanju ciljnim grupama, mobilizaciji članstva i simpatizera. Njegova prednost u odnosu na klasične medije je interaktivnost, odnosno neposredniji kontakt između aktera izbornog procesa – kandidata i birača. U razvijenim zemljama Internet kampanje postale su rutina, pa se govori o „elektronskoj demokratiji“. Analize prvog onlajn izbornog procesa u Srbiji 2012. godine, uključujući korišćenje društvenih mreža Facebook i Twitter od strane šest važnijih političkih stranaka, pokazuju da je glavna prednost Interneta – interaktivnost – ostala neiskorišćena. Sajber prostor ostao je van zakonskih regulativa, dok su delatnosti elektronskih medija precizirane od strane Republičke radiodifuzne agencije. Van domašaja normi ostalo je i virtuelno polje izborne tišine.

Ključne reči: *Internet, politička kampanja, elektronska demokratija, Facebook, Twitter, zakonska regulativa, izborna tišina*

UVOD

Izbori u Srbiji 2012. ponovo su u prvi plan stavili pitanje upotrebe Interneta u političkoj kampanji, tim pre što statistički podaci pokazuju da je korisnika mreže u našoj zemlji sve više. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku iz 2011. godine, nalog na društvenim mrežama poput *Facebook-a* i *Twitter-a* u Srbiji ima čak 91,8% mladih uzrasta od 16 do 24 godine.¹⁶¹ Neki od zaključaka do kojih je došla agencija Ipsos Stratedžik Marketing, na osnovu istraživanja sprovedenog 2011. godine, jesu da 80% mladih svakodnevno koristi Internet, a za skoro 20% ispitanika on predstavlja glavni izvor informisanja, odmah nakon televizije.¹⁶²

Kakve mogućnosti pruža Internet u izornoj političkoj kampanji? Koje pogodnosti daje strankama, a kako se odražava na interese običnih građana, odnosno birača?

Znamo da je Republička radiodifuzna agencija Srbije i pred ove izbore dala obavezujuća uputstva koja se tiču predstavljanja političkih stranaka na programima radija i televizije.¹⁶³ Tako se, na primer, dužina predizbornog plaćenog termina ograničava na 90 minuta dnevno, s tim što pojedinačno ne sme biti duži od 30 minuta. Predsednički kandidati i izborne liste dobijaju za svoje predstavljanje po 5 minuta na dan, a ako ne žele da iskoriste plaćeni termin, on se ne može ustupiti njihovim konkurentima. Plaćeni termini na televiziji ne mogu se emitovati u periodu od 06:00 do 09:00 časova i u udarnom večernjem terminu od 19:00 do 23:00 časa, odnosno na radiju u istom vremenskom rasponu pre podne i od 15:00 do 19:00 sati posle podne. Takođe, svi televizijski i radio programi mogu objavljivati spotove političkih stranaka i predsedničkih kandidata pod istim komercijalnim uslovima. U tački 15 Uputstva RRA precizira se da pravo na besplatne spotove imaju samo Republička izborna komisija (RIK) i Republička radiodifuzna agencija (RRA).

¹⁶¹ Dostupno na: Republički zavod za statistiku, preuzeto sa: <http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/> pristupila: 31.3.2012. godine.

¹⁶² Dostupno na: Kako mladi u Srbiji koriste nove medije, istraživanje IPSOS Stratedžik Marketinga, objavljeno 14.12.2011, preuzeto sa: <http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/kako-mladi-u-srbiji-koriste-nove-medije>; pristupila: 04.5.2012. godine.

¹⁶³ Dostupno na: RRA uputstva za sve radio i televizijske stanice emitere (2012), preuzeto sa: <http://www.rra.org.rs/cirilica>; pristupila: 01.4.2012. godine.

Ako se ima u vidu kolika je cena samo jedne sekunde emitovanja spota na televiziji, jasno je kakve su prednosti Interneta u političkoj kampanji: izborna trka može se odvijati bez vremenskog ograničenja, i to sasvim besplatno. Sadržaji u vidu informacija o aktivnostima političara i stranaka u onlajn komunikaciji traju duže i omogućen je pristup svim zainteresovanim građanima. Rad stranaka postaje transparentan, a komunikacija između političara i birača je daleko neposrednija nego u ostalim medijima. Internet se od klasičnih sredstava informisanja razlikuje baš po tome što omogućava interaktivnost. Zato je on odlično sredstvo za dopunu postojećih kanala komunikacije.

PREDIZBORNE INTERNET AKTIVNOSTI

Koje se predizborne aktivnosti mogu obavljati uz pomoć računara?

Kao prvo, to je organizovanje predizborne kampanje i mobilizacija članova stranke i birača. Zainteresovanim simpatizerima može se predočiti korisnost i način njihovog angažovanja. Pošto u demokratskom procesu učestvuju i ljudi koji nemaju pristup Internetu, ili (ako ga imaju) ne mogu lako da se snađu u obilju informacija koje se nude, zainteresovani članovi stranke upućeni u politički život mogu pomoći da se razjasne nedoumice. U tu svrhu mogu se koristiti takozvani diskusioni forumi i mrežne zajednice čiji je cilj da ojačaju veze među njihovim korisnicima i omoguće međusobno savetovanje. Informacije o radu stranke tako postaju lako svima dostupne, pa će organizacija kampanje u vidu skidanja reklamnog materijala, umnožavanja stranačkog programa ili slanja pozivnica za razne manifestacije teći brzo i lako.

Druga aktivnost putem Interneta u predizbornom procesu je prikupljanje novca za kampanju. Ovo posebno dolazi do izražaja u državama u kojima kandidati sami obezbeđuju finansijska sredstva u te svrhe, na primer u SAD. Stranke u našoj zemlji dobijaju novac iz budžeta, ali i donacije su neophodne da bi pokrile značajno skupu kampanju i troškove sopstvene promocije. Odštampani formulari za donacije mogu se lako razaslati na različite adrese elektronskim putem, mnogo brže nego tradicionalnom poštom, a e-mailadrese simpatizera mogu se iskoristiti za terensku, organizacionu, finansijsku i svaku drugu pomoć u predizbornom procesu. Poznato je da je ovaj vid podrške najbolje iskoristio aktuelni američki predsednik Barak Obama, čiji je tim svojevremeno poslao elektronskim putem više stotina miliona pisama mogućim volonterima i donatorima, pa je on tako postao prvi crni čovek na čelu SAD u istoriji, uspevši da ispuni svoj „američki san“.

Sledeći zadatak Interneta u predizbornom periodu je informisanje medija i birača o stranačkim aktivnostima. U tu svrhu izdaju se saopštenja za novinare, predočava zainteresovanim arhivski materijal, postavljaju se na sajtove sopstvene prezentacije, *web sajtovi* i blogovi kandidata, njihove biografije, napomene o skupovima... Prednosti ovakvog načina komunikacije sa biračima (gledano iz ugla stranaka) su sopstvena selekcija odabranih materijala, onemogućavanje novinara da na svoj način tumače stranačke aktivnosti, kao i sopstvena PR promocija. Ovaj vid predizborne aktivnosti po metodu je blizak tradicionalnim medijima (štampa, radio, TV), jer se informacije prenose „odozgo nadole“, odnosno po sistemu „od jednog ka mnogima“.

Internet ima važan zadatak i prilikom ciljnog obraćanja stranaka posebnim grupama birača. Po nekim istraživanjima u SAD,¹⁶⁴ malo je verovatno da će Internet uspeti da promeni izborna raspoloženja građana, ali će zato uticati na učvršćivanje stavova stranačkih simpatizera ili na privlačenje neopredeljenih birača za određene političke programe. Ciljnu grupu predstavljaju i

¹⁶⁴ Uporedi sa: Schulz, Winfred (2011: 97): Mediji u izbornoj kampanji. U: Ansgar Zerfas i Miroljub Radojković: Menadžment političke komunikacije, Konrad Adenauer Stiftung 2011.

takozvani „birači iz uverenja“, koji su po pravilu zainteresovani za politiku, pa će im to biti dodatna motivacija za pronalaženje informacija koje se tiču njihove stranke ili kandidata. Putem računara oni će uspostaviti kontakt kako sa određenom političkom organizacijom, tako i sa svojim istomišljenicima širom zemlje, putem Internet foruma, četovanja ili blogova.¹⁶⁵

INTERAKTIVNOST

Ipak, najvažnija prednost Interneta u odnosu na tradicionalne medije je njegova interaktivnost, odnosno mogućnost da se između političke organizacije i građana uspostavi dvosmerna komunikacija. Novi akter na „sajber pozornici“ je aktivna publika,¹⁶⁶ koja virtuelnim putem može političarima jasno stavljati do znanja šta joj se u javnom životu dopada, a šta ne. Pri klasičnim izbornim kampanjama, funkcioneri (posebno predsednički kandidati) pređu na točkovima hiljade kilometara, trudeći se da se pojave „u narodu“ i u svakoj sredini se neposredno informišu o aktuelnim problemima. Internet omogućava virtuelni kontakt sa hiljadama ljudi iz najudaljenijih krajeva. Ma koliko njihove primedbe bile raznolike, prihvatljive ili ekstremne, komentari će biti zanimljivi, a teme najraznolikije. Decentralizacija je glavna prednost Interneta – jedini način da se oslušne *vox populi*. Jedini uslov da „mali čovek“ postane „glumac na sajber sceni“ je da bude elektronski pismen. Sve drugo: njegova stranačka (ne)opredeljenost, profesija, pol, socijalni status, generacijska pripadnost – nisu važni. Prava slika javnog mnjenja odraz je onog što se kucka po tastaturi i upućuje onima koji probleme mogu da reše (pošto ih prethodno stvore?) – političarima.

Naravno da postoje i drugi načini opipavanja pulsa naroda: razne ankete, istraživanja javnog mnjenja, ili traženje da se elektronskim putem glasa o nekom predlogu, ne bi li se videlo na kakve odjeke nailazi. Zato se može reći da raznolika (i masovna) onlajn publika ne predstavlja baš reprezentativni uzorak, ali su njeni stavovi značajna dopuna ostalim načinima istraživanja potencijalnog biračkog tela.

Svoju primenu u demokratskom procesu Internet pokazuje i različitim načinima komunikacije između zainteresovanih strana. Standardni metod „od jednog ka mnogima“, takozvani centralizovani model tradicionalnih medija, u kome se sa jednog mesta masa pasivnih recipijenata obaveštava o važnim pitanjima, sada je dopunjen metodom „od mnogih ka jednom“. Na već opisani način građani mogu upućivati svoje predloge, žalbe ili molbe pretpostavljenima, a u razvijenim zemljama računar se uvodi i u sistem glasanja na izborima. Uz mogućnost da se klikom miša birač opredeli za ovu ili onu partiju, ubrzava se i proces brojanja glasova. Poznato je da se u Americi rezultati izbora na kojima učestvuje preko 200 miliona ljudi znaju već sledećeg dana, dok je pri klasičnom načinu obrade podataka potrebno da prođe nekoliko dana ne bi li se saznalo kakva je narodna volja.

Još jedna mogućnost koju samo Internet pruža jeste metod „od mnogih ka mnogima“, pri čemu u virtuelne veze stupaju korisnici međusobno. To se odvija kroz razne diskusione forume i mrežne zajednice, čiji je cilj da se razmene mišljenja, ljudi posavetuju jedni s drugima ili pretresu pitanja koja ih se neposredno tiču.

ELEKTRONSKA DEMOKRATIJA

Očigledno je da se uz pomoć kompjutera u 21. veku stvara „elektronska demokratija“, koja po broju potencijalnih učesnika u procesu političkog odlučivanja prevazilazi sve do sada viđeno: „I

¹⁶⁵ Isto.

¹⁶⁶ Uporedi sa: Kamps, Klaus (2007:284): Internet i politika. U: Ansgar Zerfas & Miroljub Radojković: Menadžment političke komunikacije, Konrad Adenauer Stiftung 2011.

tako, između ostalog, dolazimo do ideje o **elektronskoj javnosti** kao **Agori**, mestu okupljanja u klasičnoj grčkoj demokratiji, sa čistim platonovskim idealom politike, koju neposredno i stalno usmerava volja građana.¹⁶⁷ Amerikanci su prvi shvatili važnost Interneta u izbornoj kampanji: od 1996. godine nijedan predsednički kandidat nije propustio da iskoristi prednost nove tehnologije, s tim što je Obama to uradio na najbolji način: postao je predsednik SAD. U ovoj zemlji, kolevci Interneta, ne samo da se praktično eksploatiše ovaj medij, već se stvaraju i prve teorije o elektronskoj demokratiji kao novom vidu prosvetiteljstva u 21. veku.¹⁶⁸

Martin Hagen razlikuje tri koncepcije elektronske javnosti: **teledemokratiju**, **sajberdemokratiju** i **elektronsku demokratizaciju**. Prva se kritički odnosi prema predstavničkoj demokratiji i negativno ocenjuje izveštavanje klasičnih medija. Umesto centralizovanog modela, smatra se da treba iskoristiti prednosti novih tehnologija i predstavnički sistem obogatiti demokratskim postupkom tele-glasanja, odnosno elektronskim izjašnjavanjem na referendumima i virtuelnim sastancima gradskih skupština.

Sajber-demokrate takođe traže neposredniji uticaj građana na politički život, što se može ostvariti metodom „od mnogih ka mnogima“, odnosno povezivanjem Internet korisnika u zajednice koje će se odupreti državnom centralizmu. Oslonac se traži u nevladinim institucijama i lokalnom samoorganizovanju.

Model elektronske demokratizacije razlikuje se od prethodna dva po tome što ipak daje prednost predstavničkoj demokratiji, a ne neposrednom angažmanu civilnog društva. Smatra se da se učešće građana u političkom životu može intezivirati njihovom većom informisanošću o aktivnostima političkih organizacija putem *e-mail* sistema *www* ili *četo vanjem*, da bi se izbegla komercijalizacija (pa samim tim i neobjektivnost) klasičnih medija.¹⁶⁹

FUNKCIJE INTERNETA

Internet mogućnosti u vidu modela „od mnogih ka jednom“ i „od mnogih ka mnogima“ (koje ga izdvajaju od komunikacije uspostavljene sa recipijentima putem štampe, radija ili televizije) mogu se svesti na tri bitne funkcije: **informaciju**, **artikulaciju** i **organizaciju**.

Informacija nema samo jedan, klasičan put: odozgo nadole, od političke stranke ka građaninu, već i obrnuto. Svaki korisnik Interneta može uz pomoć moderne tehnologije obelodaniti svoj stav o najrazličitijim pitanjima. U tu svrhu može otvoriti blog, a koliko će zainteresovanih za njegov sadržaj biti zavisi od veštine samog autora, odnosno njegove obaveštenosti, koja se takođe može uvećati putem Interneta, korišćenjem brojnih web stranica i baza podataka.

Artikulacija podrazumeva uključivanje u javni život svakog pojedinca ili grupe sa svom raznovrsnošću stavova koje takav postupak (u celini gledano) nosi. Pri tom treba računati na želju svakoga da bude originalan i izdvoji svoje mišljenje od ostalih, artikulišući svoje zahteve i upoređujući ih sa potrebama drugih. Ovaj vid korišćenja Interneta podrazumeva i dozu subjektivnosti, odnosno neverodostojnosti informacija plasiranih tim putem.

Organizacija je dobar način da se raspršeni članovi neke političke manjine objedine i javno iznesu svoj stav o određenom problemu elektronskim putem. Javnost će se na taj način organizaciono diferencirati, ali ne po teritorijalnom (prostornom), već po interesnom principu.

¹⁶⁷ Isto.

¹⁶⁸ Isto.

¹⁶⁹ Isto.

Interaktivne mogućnosti Interneta zaista su velike. Njime se mogu plasirati nepromenljive informacije vezane za pojedine ličnosti iz sveta politike, na primer njihove biografije, održani govori, učešće na proteklim događajima... Drugi tip informacija je promenljiv, a tiče se plasiranja raznih video materijala, aktuelnih vesti, saopštenja, rezultata anketa, itd. Internetom se mogu obavljati i razne virtuelne usluge, npr. sakupljanje priloga za rad stranke ili neku njenu akciju, mobilisanje simpatizera ili volontera, elektronsko glasanje... Nova tehnologija doprineće i boljem povezivanju ljudi, što rezultira formiranjem virtuelnih zajednica koje putem onlajn debata, četovanja ili otvorenih foruma usaglašavaju stavove ili ih argumentovano sučeljavaju.

Da je političarima i strankama stalo do interaktivnosti sa svim glasačima, pa i onima koji bez zabave ne mogu, pokazuju i mnogi banalni primeri iz sajber prostora. Tako će zainteresovani moći da čuju kako mjauče mačka predsednika SAD, virtuelno „prošetaju“ kroz unutrašnjost Bele kuće, ili zamka Belvi (nemačke verzije sedišta predsednika).

Nemci su inače zainteresovani za rad svojih političkih institucija. Tako je, na primer, za samo godinu dana sajt Bundestaga posetilo tri i po miliona ljudi. Njihova aktuelna savezna kancelarka Angela Merkel otvorila je 1996. godine svoj nalog na kome svake subote upozna je javnost sa svojim aktivnostima. Time je omogućila da se zainteresovani ukucavanjem (u prevodu): www.kancelarkadirektno.de¹⁷⁰ najbrže informišu o svemu što ih u vezi sa ovom političarkom zanima. Četiri meseca kasnije, studenti su otvorili stranicu www.direktnodokancelarke.de¹⁷¹ na kojoj uzvratno ostavljaju poruke, audio i video zapise o problemima sa kojima se građani suočavaju, a koji se tiču i njih i eventualnog kancelarkinog angažmana oko toga.

Da u jednoj razvijenoj zapadnoj demokratiji bude i ne tako dobrih, već pre smešnih primera, postarao se Angelin kolega, bivši savezni kancelar Helmut Kol. Kad su ga novinari jednom zamolili da (povodom sve veće prisutnosti Interneta u političkom životu SAD) prokomentariše „širenje Info-puteva“, on je zbunjeno uzvratio da su „autoputevi u nadležnosti pokrajina“. Nije onda čudno što ga je list Špiگل 1998. godine proglasio „neandertalcem u sajber prostoru“. Potvrdilo se da moraš pratiti modernu tehnologiju, naročito ako se baviš javnim poslom, da te vreme ne bi pregazilo.¹⁷²

Kome su, u eri Interneta, sličniji naši političari: Angeli Merkel ili Helmutu Kolu? To smo ove, izborne 2012. godine, mogli u Srbiji da proveravamo.

KAMPANJA U SRBIJI 2012.

Aleksandar Vučić, visoki funkcioner Srpske napredne stranke, uspostavio je kontakt sa glasačima tako što ih je putem *Facebook-a* pozvao da ručaju i razgovaraju sa njim.¹⁷³ Putem „lajka“ odazvalo mu se 20.000 ljudi, a za desetero njih kandidat SNS za gradonačelnika Beograda organizovao je zajednički obed. U prvoj onlajn predizbornoj kampanji u Srbiji ovaj potez je bio toliko neuobičajen, da je izazvao i podsmešljive komentare. Pokazalo se, ipak, da su pojedini funkcioneri ozbiljno shvatili važnost interakcije putem Interneta, posebno ako se zna da po nekim istraživanjima preko 50% ljudi u našoj zemlji ne veruje informacijama koje pročita u novinama, čuje ih na radiju ili se o njima obavesti putem televizije.

Pošto poverenje u klasične medije opada, treba očekivati da se političke stranke sve više okreću Internetu, kao nezaobilaznoj komunikacionoj tehnologiji. Koliko u tome uspeavaju, komentariše

¹⁷⁰ Dostupno na: <http://www.bundeskanzlerin.de>; pristupila: 11.5.2012. godine.

¹⁷¹ Dostupno na: <http://www.direkturkanzlerin.de/>; pristupila: 11.5.2012. godine.

¹⁷² Uporedi sa: Kamps, Klaus (2007): *Internet i politika*. U: Ansgar Zerfas i Mirosljub Radojković: *Menadžment političke komunikacije*, Konrad Adenauer Stiftung 2011.

¹⁷³ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/snssrbija>; pristupila: 11.5.2012. godine.

Marko Nedeljković u tekstu pod naslovom „Zalutali u virtuelni prostor“: „Neinventivna, neubedljiva i jednolična – baš onakva kakva ne bi trebalo da bude, tako bi se u najkraćem mogla opisati prva onlajn predizborna kampanja u našoj zemlji. Uprkos činjenici da na društvenim mrežama nikada nije ni funkcionisao tradicionalni model jednosmerne komunikacije, domaće političke partije po informacionom autoputu uporno voze samo u jednom smeru. Stoga se u jeku predizborne kampanje sve češće pitamo gde su u toj priči oni zbog kojih društvene mreže i postoje“.¹⁷⁴

Tim zadužen za monitoring onlajn medija u okviru programa „Media Trends“ vršio je svoja istraživanja u aprilu 2012. godine, dakle u jeku naše predizborne kampanje. Analizirane su stranice na *Facebook-u* i *Twitter-u* šest naših političkih partija: Demokratske stranke, Srpske napredne stranke, Ujedinjenih regiona Srbije, Liberalno demokratske partije, Demokratske stranke Srbije i Socijalističke partije Srbije. Utvrđeno je da sadržaji koji se tiču sopstvene političke promocije na *Twitter-u* apsolutno dominiraju u čak dve trećine pomenutih stranaka: DSS se isključivo bavi sobom (100%), a slede je SPS (91%), LDP (84%) i URS (80%). Građanima je najviše sadržaja posvetila SNS (36%), najmanje DSS (0%), dok svi ostali imaju u proseku 8% takvih tekstova: DS i URS su skoro izjednačeni sa 12, odnosno 11%, LDP ima 6, a SPS 3%. Rezultati sa *Facebook-a* su slični: sve stranke se bave samoreklamerstvom u prosečno 70% slučajeva (najviše LDP – 84%, najmanje SNS – 60%). Građanima je najviše prostora ustupio SPS (16%), dok je na začelju DSS sa 4% takvih sadržaja.¹⁷⁵

Kada je reč o upotrebi sajtova u političkoj kampanji, tim „Media Trends“ je u periodu od januara do marta 2012. godine pratio zvanične prezentacije već spomenutih šest stranaka. Parametri na osnovu kojih je vršena analiza su: ažurnost, informativnost i interaktivnost. Zaključci do kojih su došli su da stranke u Srbiji ne koriste u dovoljnoj meri sajtove kako za promovisanje svojih političkih rešenja, tako i za komuniciranje sa građanima. Iako se sajtovi redovno ažuriraju, osim vesti koje se odnose na aktivnosti stranke i lidera, nisu ponuđeni nikakvi sadržaji koji bi privukli pažnju potencijalnih birača. Stoga se stiče utisak da su oni pre svega informativnog, a ne interaktivnog karaktera. Mogućnost ostavljanja komentara pružaju Socijalistička partija Srbije, Liberalno demokratska partija i Ujedinjeni regioni Srbije, a blog imaju Demokratska stranka i Liberalno demokratska partija. Svi ostavljeni komentari na vestima i blogovima su naklonjeni stranci čiji je sajt, te se postavlja pitanje uverljivosti ovih opcija. Kada je reč o glavnim porukama koje šalju, Demokratska stranka potencira jaku proevropsku poziciju, i borbu za bolji život i sigurnu budućnost. Srpska napredna stranka insistira na neophodnosti promena i kritici aktuelne vlasti. Socijalistička partija Srbije ističe pozitivne promene u sopstvenoj politici, odaje utisak vrlo fleksibilne stranke, usmerena je na sopstvene kapacitete i oprezna je u kritikovanju ostalih političkih partija. Glavna poruka Demokratske stranke Srbije jeste da je dosledna u svojim stavovima, a veliki deo posvećen je i kritici aktuelne vlasti. Liberalno demokratska partija akcentuje svog lidera i slogane Istina i Preokret, Ujedinjeni regioni Srbije insistiraju na regionalizaciji, korenitim reformama i većem budžetu za poljoprivredu.¹⁷⁶

Đorđe Belamarić, instruktor za političke kampanje Nacionalnog demokratskog instituta iz Vašingtona, smatra da je osnovna greška stranaka što u predizbornoj *online* kampanji ne daju

¹⁷⁴ Uporedi sa: Nedeljković, Marko, Zalutali u virtuelni prostor, objavljeno 26.4.2012, preuzeto sa: <http://rs.ejo-online.eu/1279/etika-i-kvalitet/zalutali-u-virtuelni-prostor-2>; pristupila: 27.4.2012. godine.

¹⁷⁵ Isto.

¹⁷⁶ Uporedi sa: Tim Media trends – Monitoring online medija u periodu od januara do marta 2012, KAS u saradnji sa studentima FPN: Senada Slavujević, Žaklina Živković, Sanja Nasevski, Senka Ignjatović, preuzeto sa: <http://www.fpn.bg.ac.rs/2012/03/18/monitoring-medija/>; pristupila: 20.04.2012. godine.

¹⁷⁷ Dostupno na: Zvanični Facebook profil Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/snssrbija>; pristupila: 11.5.2012. godine.

više prostora građanima i što je dvosmernost komunikacije potpuno zapostavljena. Retki su funkcioneri koji neprekidno koriste mrežu. Pozitivan primer daju Maja Gojković (URS), Danko Runić (LDP), Mario Miletić (SNS) i Oliver Dulić (DS), koji imaju najviše *tvitova* dnevno (u proseku 12,5).¹⁷⁷

Tomislav Damjanović, šef izbornog štaba URS, ima običaj da kaže: „Sledeću kampanju nećeš dobiti koristeći Internet, ali ako ga ne koristiš sigurno ćeš je izgubiti”.¹⁷⁸ Damjanović je sastavio i šest pravila kojih bi stranke trebalo da se pridržavaju da bi im *online* kampanja bila uspešna:

1. Morate uvek biti na Internetu. I vaši glasači su tamo.
2. Posle nekog događaja u kampanji morate ispratiti reakcije na Internetu.
3. Internet je danas primarno društveno umrežavanje (*social networking*). Uključite se.
4. Video mora biti centar vaše kampanje na Internetu.
5. Pogrešno je razmišljanje: Napraviću sajt (*fun page*, *twitter* nalog) i oni će doći. Neće. Morate biti aktivni i interesantni.
6. Svaka kampanja je na kraju lokalna. Upotrebite Internet za sakupljanje IP brojeva i lokalizujte svoje poruke.¹⁷⁹

POSEBNA REGULATIVA

Bilo bi dobro da postoje i pravila koja se odnose na zloupotrebu Interneta od strane političkih stranaka u takozvanoj negativnoj kampanji ili tokom predizborne tišine. Nažalost, njih nema. RRA je svoje Opšte uputstvo radio i televizijskim stanicama (emiterima) ograničila samo na ove medije. Na ovaj nedostatak ukazuje i Pavle Dimitrijević, izvršni direktor Biroa za društveno istraživanje (BIRODI): „Koliko je meni poznato, ne postoji regulativa koja se odnosi isključivo na Internet medije i portale iako se na njima tokom 24 sata ubacuju stalno nove vesti, a posetioci portala mogu da postavljaju i komentare”. On ukazuje i na odgovornost uredništava Internet portala ukoliko ne zabrane komentare posetilaca sajtova u kojima postoji vređanje i govor mržnje.¹⁸⁰

U Deklaraciji o slobodi komunikacije na Internetu, koju je usvojio Komitet ministara Saveta Evrope 2003. godine, potencira se takođe odgovornost za „prejaku reč”. Ovaj dokument se suprotstavlja ograničavanju komunikacije na Internetu, pošto bi mogla da ugrozi ljudska prava i slobode. U Načelu 1 navodi se da „države članice ne treba da na sadržaje na Internetu primenjuju ograničenja koja su veća od ograničenja koja se primenjuju na druga sredstva za prenos i isporuku sadržaja”. Takođe se ističe potreba da se donese (na nivou Evrope) zajednička regulativa o sadržajima koji se šire putem elektronske mreže. „U slučajevima kada servis provajderi, imajući veća ovlašćenja, čuvaju sadržaje koji potiču od drugih strana, države članice ih mogu smatrati solidarno odgovornim ako na ekspeditivan način ne uklone informacije ili onemogućće pristup informacijama ili servisima neposredno nakon što postanu svesni, kao što je definisano domaćim zakonom, da su nezakonite prirode ili, u slučaju odštetnog zahteva, nakon što postanu svesni činjenica ili okolnosti koje otkrivaju nezakoniti karakter delatnosti i informacija”.¹⁸¹

¹⁷⁷ Uporedi sa: Nedeljkić, Marko, Zalutali u virtuelni prostor, objavljeno 26.4.2012, preuzeto sa: <http://rs.ejo-online.eu/1279/etika-i-kvalitet/zalutali-u-virtuelni-prostor-2>; pristupila: 27.4.2012. godine.

¹⁷⁸ Đajić Miloš, Vidić Krunoslav, Rakar Marko, Politička komunikacija na Internetu, Centar modernih veština, preuzeto sa: <http://sr.scribd.com/doc/68545364/Politicka-Komunikacija-Na-Internetu-Final>; pristupila: 18.4.2012. godine.

¹⁷⁹ Dostupno na: Online komunikacija, preuzeto sa: <http://www.cmv.org.rs/komunikacija/online-komunikacija/>; pristupila: 7.5.2012. godine.

¹⁸⁰ Dostupno na: Sajtovi bez kontrole tokom kampanje, Tanjug, objavljeno 19.3.2012, preuzeto sa: http://www.b92.net/info/izbori2012/vesti.php?yyyy=2012&mm=03&dd=19&nav_id=592397 pristupila: 20.4.2012. godine.

¹⁸¹ Uporedi sa: Deklaracija o slobodi komunikacije na Internetu (2003), preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/pace_EN.asp; pristupila: 3.3.2012. godine.

Kako se vidi, načela su opšta i mogla bi se pre svega primeniti (ako se posmatraju u sklopu predizborne kampanje) na komentare posetilaca ili ideološki ekstremno orijentisanih urednika stranačkih sajtova. Nemanja Vidić, programski direktor „Transparentnosti Srbija“, svestan je razlike između Interneta i klasičnih medija: „Pitanje je da li se zabrana izborne kampanje može prostirati i na Internet. Da li i za Internet mogu važiti zakoni o oglašavanju ili radiodifuziji. Poznato je da se stranke ne mogu oglašavati u elektronskim medijima van izborne kampanje, ali Internet ne potpada pod ovaj propis“.¹⁸²

Normiranje Interneta teško je izvršiti, jer postoji dosta prepreka, kao što je otežano otkrivanje autora nekog spornog sadržaja, plasiranje informacija koje su van nadležnosti našeg zakonodavstva, pitanje zakonskih nadležnosti uopšte, itd.

Miloš Đajić, autor (uz Krunoslava Vidića i Marka Rakara), priručnika „Politička komunikacija na Internetu“, takođe je svestan da je teško zakonski ograničiti delatnost Interneta u vreme izbora, ali da to ne znači odustajanje od svake inicijative u tom pogledu. Kao dobar primer navodi propis uveden od strane hrvatske Republičke izborne komisije kojim se, (uz ograničenje medijima da na dan izbora objavljuju vesti koje se ne odnose na izlaznost građana na glasanje ili eventualne nepravilnosti), zabranjuje korišćenje portala na dan izbora.¹⁸³ Biro za društvena istraživanja smatra da bi prazninu koja se tiče zakonske neregulative oko delatnosti Interneta u vreme izbora trebalo nadoknaditi pozivanjem na etički kodeks novinara kojim se propisuje način obrađivanja tema i objektivnost izveštavanja. U tom smislu trebalo bi pratiti rad Internet portala najistaknutijih medija i analizirati koliko poštuju odredbe izbornog zakona, kodeksa novinara i izborne tišine.

IZBORNA TIŠINA

Mada se čini da su propisi koji se tiču delatnosti političkih stranaka u vreme izborne tišine najkonkretniji, neki primeri pokazuju da je i narušavanje ovog principa u medijima moguće, a da ne bude zakonski sankcionisano. Na primer, u vreme predsedničkih izbora u Rusiji 1996. godine, kada su snage odmeravali Boris Jeljcin i kandidat Komunističke partije Genadij Zjuganov, mediji su se stavili na Jeljcinovu stranu tako što su, veče pred izbore, na čak tri glavne nacionalne televizije (u većinskom državnom vlasništvu) prikazivali filmove koji za temu imaju staljinističke zločine ili ulogu komunista u građanskom ratu, odnosno njihovu spregu sa kriminalom.¹⁸⁴ Ovaj primer pokazuje da se, i u pravno regulisanoj oblasti, pravila mogu nekažnjeno kršiti. Šta tek reći za zakonski nesankcionisane delatnosti Interneta, čije mogućnosti prevazilaze sve već postojeće medije?

Krunoslav Vidić, savetnik za komunikacije Hrvatske, smatra da je u eri Interneta apsurdno govoriti o „predizbornoj ćutnji“, jer za ovu globalnu svetsku mrežu praktično nema ograničenja.¹⁸⁵

Prema Zakonu o izboru narodnih poslanika, u Srbiji predizborna tišina počinje 48 sati pre održavanja izbora. U tom periodu zabranjena je izborna propaganda preko sredstava javnog obaveštavanja, javni skupovi i objavljivanje procene rezultata izbora; građanima je dato vreme da razmisle.¹⁸⁶ Ipak, Internet ni po ovom pitanju nije regulisan, pa je on jedini medij preko koga je moguće uticati na glasače dva dana pred izbore. Partije u Srbiji su ovu mogućnost iskoristile i od 4. maja u ponoć, kada je proglašena izborna tišina, ažurirale su svoje sajtove i *Facebook* i *Twitter* profile.

¹⁸² Uporedi sa: Ivana, Anojić, Jefinija kampanja na *Facebook*-u nego u hali, *Politika*, objavljeno 15. 4.2012. godine, preuzeto sa: <http://www.politika.rs/rubrike/Politika/Jefinija-kampanja-na-Facebooku-nego-u-hali.lt.html>; pristupila: 16.4.2012. godine.

¹⁸³ Isto.

¹⁸⁴ Uporedi sa: Jasha Lange, *Handbook of media elections*, Council of Europe (1999), preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/Media&Elections_en.pdf; pristupila: 4.5.2012. godine.

¹⁸⁵ Uporedi sa: Kolundžija, Denis, *Dozvoljeno samo šerovanje tišine*, objavljeno 12.12.2012, preuzeto sa: <http://www.dnevnik.rs/drustvo/dozvoljeno-samo-serovanje-tisine>; pristupila: 31.1.2012. godine.

¹⁸⁶ Objavljeno na: *Počela predizborna tišina*, B92, objavljeno 4.5.2012, dostupno na: http://www.b92.net/info/izbori2012/vesti.php?dd=04&mm=05&nav_id=606218&yyyy=2012, pristupila: 5.5.2012. godine

Demokratska stranka je na svom **sajtu**¹⁸⁷ 4. maja objavila nekoliko pisanih vesti i videa, u kojima uglavnom najavljuje koje poslove će u narednih nekoliko godina završiti – predsednik Vlade Vojvodine Bojan Pajtić najavio je da će do kraja 2015. godine biti izgrađen aerodrom na Čeneju u blizini Novog Sada, a gradonačelnik Novog Sada Igor Pavličić obišao je radove na Bulevaru Evrope i Futoškom parku i najavio da će biti završeni u planiranom roku. Od videa nov je spot „Za sigurnu budućnost! Boris Tadić – predsednik!“, kao i prilozi u kojima se pojavljuje Bojan Pajtić koji potpisuje ugovor o zapošljavanju 100 radnika u mlekari Senta, dok je drugi o prijemu povodom dana Vojno-obaveštajne agencije, u kome govori ministar odbrane Dragan Šutanovac. Zvanični **Facebook** profili Demokratske stranke¹⁸⁸ i njenog predsednika Borisa Tadića ažurirani su gotovo iz sata u sat – ubacivane su fotografije Borisa Tadića sa građanima, delovi govora sa konvencija koje su održane tokom kampanje i izborni spotovi koji govore o uspesima ove vladajuće partije iz prethodnih mandata. Negativni spotovi u kojima je kritikovana opoziciona Srpska napredna stranka, a kojih je u kampanji bilo više nego pozitivnih i okrenutih sopstvenoj partiji, u periodu izborne tišine nisu objavljivani na zvaničnim profilima. Jedini citat koji je izdvojen na profilu Demokratske stranke, a koji treba da izazove emocije glasača, deo je govora Borisa Tadića sa završnog mitinga u Beogradu: „Srbija je u našim mislima, Srbija je u našim delima, Srbija je u našim namerama! Mi znamo svaki pogled u Srbiji, mi znamo svaku brigu u Srbiji... Znamo koliko smo patili i trpeli (...) A počeo sam sa time i hoću da završim – mi nikada ne odustajemo! I zato ćemo pobediti! Pobićemo samo ako svi izađu, ako se borimo do kraja. Samo tako branimo budućnost svakog deteta u Srbiji! Jer Srbija mora da se menja na bolje, a ne na gore!“ Na **Twitter** nalozima Demokratske stranke i Izbor za bolji život¹⁸⁹ takođe su objavljeni delovi istog citata i linkovi ka gorepomenutim vestima sa sajta. Dakle, 48 sati pred izbore Demokratska stranka u fokus je stavila pozitivnu kampanju, podsećala na poslove koji su započeti i insistirala na Borisu Tadiću kao lideru svih građana.

Srpska napredna stranka je na svoj **sajt**¹⁹⁰ tokom predizborne tišine postavila samo jednu vest, u kojoj optužuje Demokratsku stranku da krši pravilo ćutnje, ali koja ne sadrži dokaz za navedenu tvrdnju: „Srpska napredna stranka ukazuje da je već prvog dana izborne tišine došlo do brutalnog kršenja izbornih pravila od strane funkcionera režima Demokratske stranke i njenih satelita. Predstavnici režima, zloupotrebljavajući po ko zna koji put državne funkcije, prekršili su izbornu tišinu, pokušavajući u poslednjim danima predizborne kampanje da se promovišu preko medija, a da pritom uskrate svaku mogućnost opoziciji da iznese svoje stavove.“ Ovo saopštenje je objavila i na svojim **Facebook** i **Twitter** nalozima. Osim toga, **Facebook** strana¹⁹¹ je ažurirana promotivnim plakatima u kojima se glasači pozivaju da pruže priliku ovoj partiji i konkretnim izbornim obećanjima šta će uraditi ukoliko dođu na vlast. Na profilu su se našle i pesma Đurđevdan, sa komentarom „Pobićemo!“ i optužbe da Demokratska stranka pokušava da kupi glasove deljenjem namirnica, što nije potkrepljeno konkretnim dokazima, već je ponuđen audio snimak razgovora između građanke i navodne članice Demokratske stranke. **Twitter** nalog¹⁹² je ažuriran i fotografijom sa konvencije Demokratske stranke u Beogradu, koju prati komentar „Sa ovakvom podrškom ‘prodavcima magle’ ostaje samo utešno postovanje i lažno ohrabivanje“. Na osnovu navedenog materijala izvodi se zaključak da je dane izborne tišine Srpska napredna stranka iskoristila za negativnu kampanju i kritiku vlasti, a manje je insistirala na sopstvenoj politici.

¹⁸⁷ Dostupno na: *website* Demokratske stranke, preuzeto sa: <http://www.ds.org.rs/>; pristupila: 7.5.2012.

¹⁸⁸ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Demokratske stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/demokrate>; pristupila: 11.5.2012.

¹⁸⁹ Dostupno na: Zvanični *Twitter* nalog Demokratske stranke, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/demokrate>, pristupila: 07.05.2012.

¹⁹⁰ Dostupno na: *website* Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://sns.org.rs/>; pristupila: 7.5.2012.

¹⁹¹ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/snsrbija>; pristupila: 11.5.2012.

¹⁹² Dostupno na: Zvanični *Twitter* nalog Srpske napredne stranke, preuzeto sa: https://twitter.com/#!/sns_srbija; pristupila: 7.5.2012.

Socijalistička partija Srbije je 4. i 5. maja svoj **sajt**¹⁹³ ažurirala isključivo intervjuima funkcionera ove stranke. Dva intervjuja dao je Ivica Dačić, predsednik partije, u kojima je govorio o koalicionom potencijalu SPS i očekivanim izbornim rezultatima. Na slična pitanja odgovarala je i Slavica Đukić Dejanović, potpredsednica partije, ali se osvrnula i na rad parlamenta u proteklom mandatu, kao i na svoju karijeru. Dušan Bajatović, narodni poslanik, u datom intervjuu govorio je o „Srbijagasu“ i potencijalnim investicijama u srpskoj oblasti energetike, dok je Aleksandar Antić, predsednik beogradskog odbora SPS, pozivao Beograđane da podrže ovu stranku na izborima kako bi bio sproveden njen program ravnomernog razvoja glavnog grada Srbije i odgovorne socijalne politike. Svi sadržaji sa sajta objavljeni su i na zvanični **Facebook** profil,¹⁹⁴ a pored njih dodate su i fotografije sa konvencija u Surdulici i Vranju. **Twitter** nalog¹⁹⁵ nije ažuriran. Ova dva dana pred izbore, Socijalistička partija Srbije je iskoristila za samopromociju, bez obraćanja pažnje na konkurenciju. Navedeni tekstovi prikazuju funkcionere ove stranke kao sposobne nosioce državnih funkcija, koji su odgovorno vršili svoj posao i doprineli razvoju Srbije.

Centralno mesto na **sajtu Liberalno demokratske partije**¹⁹⁶ 5. maja zauzela je izborna poruka lidera ove stranke, Čedomira Jovanovića, naslovljena kao „Dan preokreta“: „Dragi prijatelji, nedelja je dan Preokreta u Srbiji. Sve naše zajedničke nade i naponi, uspesi i dostignuća u divnoj kampanji za nama, sada treba da trijumfuju velikim izbornim uspehom Preokreta na svim izborima. Samo tako će Preokret moći efikasno da menja Srbiju, da uspostavi nova politička pravila, ritam i odnose u ovoj našoj divnoj zemlji.“ Tekst je propraćen fotografijama sa karavana Preokreta, na kojima je predsednik ove stranke okružen građanima. Ova vest preneti je i na zvanične **Facebook** profile stranke i njenog lidera.¹⁹⁷ Pored ove vesti, na oba profila postavljena su četiri promotivna video materijala Preokreta, kao i predstavljanje Čedomira Jovanovića kao predsedničkog kandidata na televiziji Pink. Nalog Liberalno demokratske partije je češće ažuriran i na njemu su u ova dva dana postavljene i fotografije karavana Istine u Mladenovcu, snimak najboljih scena kampanje i poziv građanima da glasaju. Na **Twitter** profilu¹⁹⁸ objavljen je samo snimak sa završnog mitinga u Beogradu. Dakle, dva dana pred izbore ova partija svoju kampanju zasnivala je isključivo na promociji svog lidera, koji je u svakom snimku, fotografiji i izjavi pozivao građane na istinu, preokret i pobedu. Ostali funkcioneri ove stranke nisu bili zastupljeni.

Demokratska stranka Srbije svoj **sajt**¹⁹⁹ je u periodu izborne tišine ažurirala samo fotografijama izborne kampanje „Za Srbiju – znaš zašto“. Na **Facebook** profilu²⁰⁰ objavljen je intervju sa Milošem Jovanovićem, potpredsednikom DSS, koji govori o spoljnoj politici Srbije, Kosovu i Metohiji, ekonomskom programu partije, Vikiliksi i u kome oštro kritikuje vlast. Pored intervjuja, na nalogu se našlo i pismo upućeno OEBS-u i RIK-u koje najavljuje da će se ova stranka založiti za povećanu kontrolu izbora na Kosovu i Metohiji. Prenet je i tekst Milana Damjanca, političkog analitičara i publiciste, koji ističe da će se na ovim izborima „prelamati sudbina Srbije, njene celovitosti i opstanka srpskog naroda. Međutim, dogodiće se još nešto, mnogo važnije od toga– na ovim će izborima pobediti ili hrabrost ili strah. Ne dajte da to bude strah“. Ova partija

¹⁹³ Dostupno na: *website* Socijalističke partije Srbije, preuzeto sa: <http://sps.org.rs/>; pristupila: 8.5.2012.

¹⁹⁴ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil <http://www.facebook.com/SocijalistickaPartijaSrbijeSPS>; pristupila 11.5.2012.

¹⁹⁵ Dostupno na: Zvanični *Twitter* nalog Socijalističke partije Srbije, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/socijalisti>; pristupila: 8.5.2012.

¹⁹⁶ Dostupno na: *website* Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <http://istina.ldap.rs/Liberalno-demokratska-partija/1/Naslova.shtml>; pristupila: 08.5.2012.

¹⁹⁷ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/Liberalnodemokratskapartija?ref=ts>; pristupila: 12.5.2012.

¹⁹⁸ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/Liberalnodemokratskapartija?ref=ts>; pristupila: 12.5.2012.

¹⁹⁹ Dostupno na: *website* Demokratske stranke Srbije, preuzeto sa: <http://dss.rs/>; pristupila: 10.5.2012.

²⁰⁰ Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Demokratske stranke Srbije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/demokratskastrankasrbije>; pristupila: 12.5.2012.

nema otvoren **Twitter** nalog. Sadržajem koji je objavljivala za vreme izborne čutnje, ova stranka pokušava da izazove emocije patriotizma i da sebe prikaže kao stvarne rodoljube, koji brane stvarne interese svog naroda.

Sajt stranke **Ujedinjeni regioni Srbije**²⁰¹ za vreme ovog perioda osvežen je samo jednom veću o „bestidnoj manipulaciji za vreme izborne tišine“ u kojoj se obaveštava da su locirani počiniooci, koji su se u SMS porukama lažno predstavljali kao kandidatkinja URS za gradonačelnicu Novog Sada, Maja Gojković. Na svojim Facebook²⁰² i Twitter²⁰³ profilima, pored ove vesti, objavljuvani su istovetni sadržaji: snimak pesme „Svet je lep kada sanjamo“, koji u Areni na konvenciji peva Mlađan Dinkić, lider stranke, sa Kikijem Lesendrićem, fotografije sa mnogih mitinga širom Srbije, fotografiju Miroslava Čučkovića, kandidatata za gradonačelnika Obrenovca, sa Natašom Bekvalac; melodija pesme Ujedinjenih regiona Srbije za mobilni telefon, kao i kratki snimak detalja sa košarkaškog turnira u kome učestvuje omladina stranke.

ZAKLJUČAK

Iz svega ovoga vidimo da Internet u toku predizborne tišine „ne čuti“, bolje rečeno – stranke koriste mogućnost koja im je data u vidu nepostojanja norme za sajber delatnost u toku političke kampanje. Ne koriste se ni stvarne mogućnosti nove tehnologije, od kojih je najbitnija – dvosmernost komunikacije. Građani su tokom prve onlajn izborne kampanje u Srbiji skrajnuti, što im, po svoj prilici, nije teško palo. Politički sistem u zemlji je promenjen, ali mentalitet još uvek odoleva. Ljudi su navikli na centralizovanu upravu, funkcioneri takođe. Jedan od razloga što je u predizbornoj kampanji u Srbiji 2012. godine izostala bolja iskorišćenost Interneta za neposredniji kontakt sa biračima je, po mišljenju profesora Fakulteta političkih nauka Zorana Stojiljkovića, navika članova političkih partija da se za sve pita – „prvi čovek“: „Većina stranaka, a posebno velike, jednostavno ne žele da uđu u tu vrstu rizika jer tu svako može da postavi vrlo neprijatna pitanja koja će jedan deo korisnika da podrži i zatraži odgovor, ali i momentalnu reakciju, a tamo gde se za sve pita šef nema dovoljno autonomnih ličnosti koje mogu da odgovore i brzo reaguju“²⁰⁴

U svetu je politički angažman građana mnogo izraženiji. Nevladine organizacije imaju veći uticaj, a aktivni su i brojni društveni pokreti. Tako u SAD deluje više stranački nezavisnih organizacija, poput „Politics Now“ ili „Vote Smart“, čiji je zadatak da infomišu birače o svemu što ih zanima. Aktivisti pružaju zainteresovanima obaveštenja o kandidatima, izbornom sistemu, izvorima finansijskih sredstava za izbornu kampanju... Cilj je da se izbegne samoreklamerstvo funkcionera, spinovanje političkih partija i manipulacija biračkim telom.

U našoj zemlji demokratija još uvek nije ukorenjena, o epitetu „elektronska“ da i ne govorimo. Jedan znalac je primetio da je Internet „dobar i demokratski samo u onoj meri u kojoj ga takvim čine umreženi glasači“. Treba vremena da se građani elektronski opismene, novca da se kupi računarska oprema, političke volje da se oslušne *online* narodni glas. Ipak, vreme radi za Internet. Digitalna revolucija uveliko traje.

²⁰¹ Dostupno na: *website* Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <http://ujedinjeniregionisrbije.rs/>; pristupila: 9.5.2012

²⁰² Dostupno na: Zvanični *Facebook* profil Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/ujedinjeniregionisrbije/>; pristupila: 12.5.2012.

²⁰³ Dostupno na: Zvanični *Twitter* nalog Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/G17PLUSOfficial>; pristupila: 10.5.2012.

²⁰⁴ Uporedi sa: Nedeljkić, Marko, On-line pećanje glasača, objavljeno 15.2.2012, preuzeto sa: http://www.medio.rs/25373_Online-pećanje-glasaca.html, pristupila: 15.3.2012. godine

LITERATURA

Schulz, Winfred (2011) Mediji u izbornoj kampanji. U: Ansgar Zerfas & Miroljub Radojković: Menadžment političke komunikacije, Konrad Adenauer Stiftung 2011

Kamps, Klaus (2007) Internet i politika. U: Ansgar Zerfas & Miroljub Radojković: Menadžment političke komunikacije, Konrad Adenauer Stiftung 2011

Đajić Miloš, Vidić Krunoslav, Rakar Marko, Politička komunikacija na Internetu, Centar modernih veština, preuzeto sa: <http://sr.scribd.com/doc/68545364/Politicka-Komunikacija-Na-Internetu-Final>; pristupila: 18. 04. 2012. godine

Jasha Lange (1999) Handbook of media elections, Council of Europe, preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/Media&Elections_en.pdf; pristupila: 04. 05. 2012. godine

Online komunikacija, preuzeto sa: <http://www.cmv.org.rs/komunikacija/online-komunikacija/>; pristupila: 07. 05. 2012. godine.

Ivana, Anojčić, Jeftinija kampanja na Facebooku nego u hali, Politika, objavljeno 15. 04.2012. godine, preuzeto sa: <http://www.politika.rs/rubrike/Politika/Jeftinija-kampanja-na-Facebooku-nego-u-hali.lt.html>; pristupila: 16.04.2012. godine.

Deklaracija komiteta ministara o ljudskim pravima i vladavini prava u informatičkom društvu 2005, preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/pace_EN.asp; pristupila: 2.4.2012. godine.

Deklaracija o slobodi političke rasprave u medijima (2004) preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/pace_EN.asp; pristupila: 15. 02. 2012. godine.

Mediji u izbornom procesu – CESID (2012), preuzeto sa: <http://www.cesid.org/>; pristupila: 8.5.2012. godine.

Deklaracija o slobodi komunikacije na Internetu (2003) preuzeto sa: http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/pace_EN.asp; pristupila: 3.3.2012. godine.

Republički zavod za statistiku, preuzeto sa: <http://webzrzs.stat.gov.rs/WebSite/>; pristupila: 31.3.2012.

Kako mladi u Srbiji koriste nove medije, istraživanje IPSOS strategic marketinga, objavljeno 14.12.2011, preuzeto sa: <http://www.media.ba/mcsonline/bs/tekst/kako-mladi-u-srbiji-koriste-nove-medije>; pristupila: 4.5.2012. godine.

Sajtovi bez kontrole tokom kampanje, Tanjug, objavljeno 19.03.2012, preuzeto sa: http://www.b92.net/info/izbori2012/vesti.php?yyyy=2012&mm=03&dd=19&nav_id=592397 pristupila: 20.4.2012.

Politička tišina počinje u četvrtak u ponoć, objavljeno 30.04.2012, preuzeto sa: <http://www.politika.rs/rubrike/Politika/Predizborna-tisina-pocinje-u-cetvrtak-u-ponoc.lt.html>; pristupila: 2.5.2012. godine.

Smešna strana izbora, Vesti on-line objavljeno 27.4.2012, preuzeto sa: <http://www.vesti-online.com/Vesti/Tema-dana/220806/Smesna-strana-izbora-6-Ratnici-sa-Twittera>; pristupila: 29.4.2012. godine.

Đajić, Miloš, lični blog, Pitanja i odgovori za danas, objavljeno 17.8.2011, preuzeto sa: <http://www.milosdjajic.com/2011/08/17/pitanja-i-odgovori-za-danas/>; pristupila: 2.2.2012. godine.

Kolundžija, Denis, Dozvoljeno samo šerovanje tišine, objavljeno 12.12.2012, preuzeto sa: <http://www.dnevnik.rs/drustvo/dozvoljeno-samo-serovanje-tisine>; pristupila: 31.1.2012. godine.

Počela predizborna tišina, B92, objavljeno 4.5.2012, dostupno na: http://www.b92.net/info/izbori2012/vesti.php?dd=04&mm=05&nav_id=606218&yyyy=2012, pristupila: 5.5.2012. godine.

RRA uputstva za sve radio i televizijske stanice emitere (2012) preuzeto sa: <http://www.rra.org.rs/cirilica>; pristupila: 1.4.2012. godine

Nedeljković, Marko, On-line pećanje glasača, objavljeno 15.2.2012, preuzeto sa: http://www.medio.rs/25373_Online-pecanje-glasaca.html, pristupila: 15.3.2012. godine.

Nedeljković, Marko, Zalutali u virtuelni prostor, objavljeno 26.4.2012, preuzeto sa: <http://rs.ejo-online.eu/1279/etika-i-kvalitet/zalutali-u-virtuelni-prostor-2>; pristupila: 27.4.2012. godine.

Tim Media trends– Monitoring on-line medija u periodu od januara do marta 2012, KAS u saradnji sa studentima FPN: Senada Slavujević, Žaklina Živković, Sanja Nasevski, Senka Ignjatović, preuzeto sa: <http://www.fpn.bg.ac.rs/2012/03/18/monitoring-medija/>; pristupila: 20.4.2012. godine.

Serbian point, Imamo najbolju političku kampanju u Srbiji ikada, objavljeno 17.4.2012, preuzeto sa: <http://fakti.org/serbian-point/vucic-imamo-najbolju-internet-kampanju-u-srbiji-ikad>; pristupila: 18.4.2012.

Sajtovi bez kontrole tokom kampanje, objavljeno 19.3.2012, preuzeto od Tanjuga, preuzeto sa: <http://www.izbornareforma.rs/sajtovi-bez-kontrole-tokom-kampanje/>, pristupila: 18.4.2012.

Zakon o javnom informisanju, Službeni glasnik RS, br. 43/2003, 61/2005, 71/2009 i 89/2010 – odluka US i 41/2011 – odluka US, preuzeto sa: http://www.paragraf.rs/propisi/zakon_o_javnom_informisanju.html; pristupila: 20.4.2012.

Zakon o radio difuziji, Službeni glasnik RS br. 42/2002, preuzeto sa: <http://www.projuris.org/Pogledajte/dooi11.pdf>; pristupila: 2.2.2012. godine.

Zakon o izboru narodnih poslanika, Službeni glasnik br. 35/2000, preuzeto sa: http://paragraf.rs/propisi/zakon_o_izboru_narodnih_poslanika.html; pristupila: 4.2.2012. godine.

Web sajt Demokratske stranke, preuzeto sa: <http://www.ds.org.rs/>; pristupila: 7.5.2012. godine.

Web sajt Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://sns.org.rs/>; pristupila: 7.5.2012.

Web sajt Socijalističke partije Srbije, preuzeto sa: <http://sps.org.rs/>; pristupila: 8.5.2012.

Web sajt Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <http://istina.ldp.rs/Liberalno-demokratska-partija/1/Naslovna.shtml>; pristupila: 8.5.2012. godine

Web sajt Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <http://ujedinjeniregionisrbije.rs/>; pristupila: 9.5.2012. godine.

Web sajt Demokratske stranke Srbije, preuzeto sa: <http://dss.rs/>; pristupila: 10.5.2012. godine.

Zvanični Facebook profil Demokratske stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/demokrate>; pristupila: 11.5.2012. godine

Zvanični Facebook profil Srpske napredne stranke, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/snssrbija>; pristupila: 11.5.2012. godine;

Zvanični Facebook profil SPS <http://www.facebook.com/SocijalistickaPartijaSrbijeSPS>; pristupila 11.5.2012. godine.

Zvanični Facebook profil Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/Liberalnodemokratskapartija?ref=ts>; pristupila: 12.5.2012. godine

Zvanični Facebook profil Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/ujedinjeniregionisrbije>; pristupila: 12.5.2012. godine;

Zvanični Facebook profil Demokratske stranke Srbije, preuzeto sa: <http://www.facebook.com/demokratskastrankasrbije>; pristupila: 12.5.2012. godine.

Zvanični Twitter nalog Demokratske stranke, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/demokrate>, pristupila: 7.5.2012. godine.

Zvanični Twitter nalog Srpske napredne stranke, preuzeto sa: https://twitter.com/#!/sns_srbija; pristupila: 7.5.2012. godine.

Zvanični Twitter nalog Socijalističke partije Srbije, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/socijalisti>; pristupila: 8.5.2012. godine.

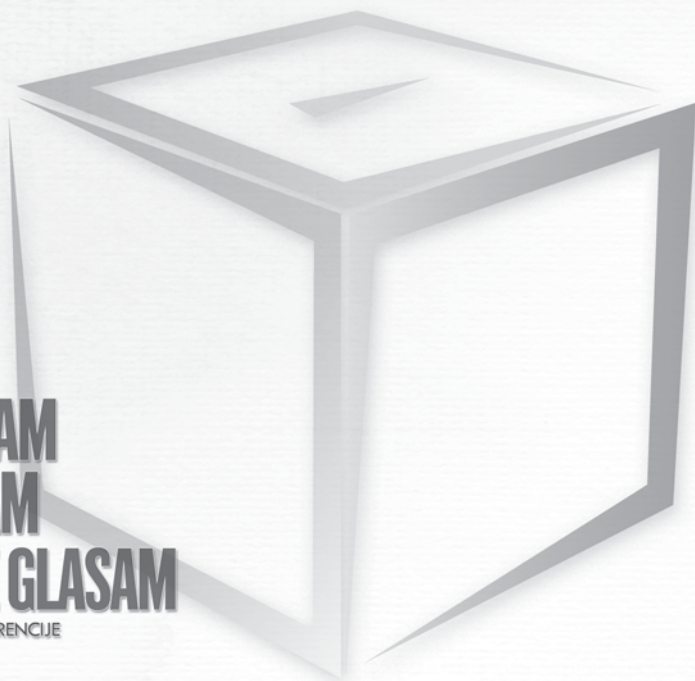
Zvanični Twitter nalog Liberalno demokratske partije, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/LDP>; pristupila: 8.5.2012. godine.

Zvanični Twitter nalog Ujedinjenih regiona Srbije, preuzeto sa: <https://twitter.com/#!/G17PLUSOfficial>; pristupila: 10.5.2012. godine

IZBORNA PARTICIPACIJA I APSTINENCIJA

**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNİK RADOVA SA KONFERENCİJE



IZLAZNOST NA IZBORIMA - IZMEĐU PARTICIPACIJE I REPREZENTACIJE

SAŽETAK

U tekstu se razmatraju različite forme političke participacije i njihov značaj za demokratiju. Demokratija je sistem u kojem građani imaju mogućnost da učestvuju (participiraju) u političkom životu. Demokratiji su potrebni aktivni i dobro informisani građani. Politička participacija može biti formalna (institucionalizovana, konvencionalna, izborna), kao što je glasanje na izborima (glasanje, kampanja, grupne aktivnosti i ostale forme vezane za konvencionalnu politiku), i neformalna (neinstitucionalizovana, nekonvencionalna, neizborna), koja se odnosi na političko delovanje koje je iznad i izvan izbornih aktivnosti, a njihov spektar je relativno širok (protesti, demonstracije, pisanje peticije, štrajkovi, okupiranje zgrada, uništavanje imovine i ulično nasilje). Zajednički imenitelj svim oblicima neformalne participacije jeste „pritisak za promene“. Protestne aktivnosti su slabije razvijene u novim demokratijama (Istočnoj i Centralnoj Evropi) nego u starim demokratijama (Zapadnoj Evropi). Istovremeno postoji potencijalna tenzija između participativne i reprezentativne demokratije. Ona se ogleda u opasnostima koje nose krajnosti između političke apatije i masovne hiperparticipacije ili „demokratije ulice“. Politika se u demokratiji legitimise u polju javnosti, saglasnošću i prihvatanjem od strane građana koji je percipiraju kao saglasje sa njihovim interesima. Izbori i glasanje, kao glavni oblik političke participacije su kratkotrajni ali masovni oblik učešća građana u političkom životu. Izborna participacija predstavlja samu suštinu demokratije. Na taj način građani biraju svoje predstavnike, oblikuju svoje ustanove i opredeljuju se za ponuđene javne politike. Izlaznost na izborima može zavisiti od: antipartijskog raspoloženja, da li je glasanje vikendom, previše učestalih izbora (SAD, Švajcarska), zakonom utvrđenog obaveznog glasanja (Brazil, Argentina, Belgija, Kipar, Grčka, Finska, Luksemburg, Turska) i načina registracije birača (u SAD se birači sami registruju). Smatra se da politička kompeticija ima jak uticaj na izlaznost. Takođe, i socijalni i ideološki rascepi stimulišu izlaznost. Jedno od tumačenja trenda je i porast racionalnog birača koji je sve bolje i više informisan o konkurentskim ponudama, nijansiranije osetljiviji na ponude i obećanja, ali i učinke određenih politika. Na izlaznost utiče i osećaj ispunjavanja građanske dužnosti. Veći procenat nevažjećih glasova u državama sa obavezom glasanja, tumači se revoltom birača. Izbori ostaju ključno jemstvo da će politički predstavnici ostati prilično osetljivi na prioritete običnih građana. Potreba za participativnom demokratijom (grass-root democracy), kao korektivnim faktorom proizilazi iz neperfektnosti reprezentativne (predstavničke) demokratije (ballot democracy).

Ključne reči: participativna demokratija, reprezentativna demokratija, glasanje, apstinencija

Demokratija je sistem u kojem građani imaju mogućnost da učestvuju (participiraju) u političkom životu. Demokratiji su potrebni aktivni i dobro informisani građani. Ova mogućnost se koristi u donošenju političkih odluka, u izboru predstavnika, kao i u oblikovanju javnih politika. **Participativna demokratija se još zove direktna ili neposredna demokratija.** Sve demokratije predstavljaju izvestan stepen participacije građana. Participativna demokratija uključuje ekstenzivni i aktivni angažman građana u odlučivanju o pitanjima koja se tiču njih samih. To je vladavina ne samo „za“ narod već i „od“ naroda. U antičkom svetu participacija je zahtevala učešće svih građana, ali nisu svi imali status građana. Samo oni koji su se izdvajali po rođenju, talentu, građanskim vrlinama ili izuzetnošću mogli su participirati. **U reprezentativnoj demokratiji,** građani putem izbora ovlašćuju izabrane predstavnike da obavljaju posao umesto njih i da rade na ostvarivanju njihovih interesa. U periodu između izbora građani ih nadziru i kontrolišu a na

sledećim izborima ih mogu nagraditi ili kazniti, dajući im ili uskraćujući im poverenje u zavisnosti od toga da li su se ponašali odgovorno i u skladu sa izbornim obećanjima.

POLITIČKA PARTICIPACIJA

Politička participacija podrazumeva akciju preduzetu od individue, sa ciljem da se izvrši uticaj na politiku. Politička participacija zadire u temeljna pitanja političke teorije i teorije demokratije. Demokratiji su potrebni aktivni i dobro informisani građani. Učešćem u političkom životu građani pomažu i podupiru demokratske procese. Participativna demokratija je izvorno nastala sa idejom da građani sami neposredno odlučuju o svojoj sudbini. Građani imaju na raspolaganju širok spektar mogućnosti da učestvuju u političkom životu. Politička participacija može biti **formalna (institucionalizovana)**, kao što je glasanje na izborima, i **neformalna (neinstitucionalizovana)**, koja se odnosi na političko delovanje koje je iznad i izvan izbornih aktivnosti, a njihov spektar je relativno širok. Svaka politička participacija čini sastavni deo participativne demokratije. Participativna demokratija pretpostavlja šire forme političke participacije nego što je to samo čin glasanja na izborima. Andre Blais pravi razliku između izborne i neizborne participacije. Umesto formalne (institucionalizovane) i neformalne (neinstitucionalizovane) participacije, Rasel Dalton naglašava razliku između **konvencionalne i nekonvencionalne forme participacije**. U konvencionalne forme participacije spadaju: glasanje, kampanja, grupne aktivnosti i ostale forme vezane za konvencionalnu politiku. U nekonvencionalne forme participacije spadaju: protesti, demonstracije, pisanje peticije, štrajkovi, okupiranje zgrada, uništavanje imovine i ulično nasilje.

Pretpostavlja se da kako opada izborna participacija (glasanje i učešće u kampanji), tako raste neizborna participacija (bojkot, demonstracije, peticije).²⁰⁵ Međutim, osnovano se tvrdi da oni koji izlaze na izbore učestvuju i u neizbornim aktivnostima (konvencionalnim i nekonvencionalnim). Za te građane se još kaže da su politizovani. Protestne aktivnosti su slabije razvijene u novim demokratijama (Istočnoj i Centralnoj Evropi) nego u starim demokratijama (Zapadnoj Evropi). O nekonvencionalnim formama participacije vidi Tabelu 1.

Tabela 1: Nekonvencionalna participacija (u procentima)

	SAD				Velika Britanija			Zapadna Nemačka				Istočna Nemačka		Francuska	
	1975	1981	1990	1995	1974	1981	1990	1974	1981	1990	1995	1990	1995	1981	1990
Pisanje peticije	58	61	70	71	22	63	75	30	46	55	66	69	57	44	51
Učešće u mirnim demonstracijama	11	12	15	16	6	10	13	9	14	25	26	53	22	26	31
Pridruživanje bojkotu	14	14	17	19	5	7	14	4	7	9	18	3	11	11	11
Učešće u neoficijelnom štrajku	2	3	4	4	5	7	8	1	2	2	4	2	1	10	9
Okupacija zgrada	2	2	2	2	1	2	2	*	1	1	2	1	2	7	7
Uništavanje imovine	1	1	-	-	1	2	-	*	1	-	-	-	-	1	-
Lično nasilje	1	2	-	-	*	1	-	*	1	-	-	-	-	1	-

Sources: 1974 – 75 Political Action Study; 1981 World Values Survey; 1990 – 91 World Values Survey; 1995 – 98 World Values Survey.
 Izvor: prema Russel J. Dalton, Citizen Politics, Tabela, 4.2. str. 65

²⁰⁵ Andre Blais, Political Participation, in: Comparing Democracies 3, Elections and Voting in the 21th Century; ed. by, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi and Pippa Norris, SAGE Publications, str. 175.

Politička participacija može imati grupne aktivnosti i protestne aktivnosti. **Grupne aktivnosti** mogu biti aktivnosti neformalnih grupa, organizovanih grupa ili grupa vezanih za pojedina pitanja (*issue in group*). U **protestne aktivnosti** spadaju pisanje peticije, posećivanje protestnih mitinga, organizovanje peticija, politički štrajk, protestni marš, politički bojkot, kontaktiranje medija, blokiranje saobraćaja i nasilne aktivnosti. Ovaj široki spektar političkih aktivnosti otvara pitanje legalnosti pojedinih od njih (*The Civic Culture*, 1963) a samim tim i njihove (ne)demokratičnosti. Neke aktivnosti, naročito one koje sadrže elemente nasilja nalaze se na granici ilegalnih i neretko izmiču iz adekvatnog ustavnog i zakonskog okvira. Jedna vrsta podela neformalne participacije pravi razliku na legalne aktivnosti, građansku **neposlušnost i nasilne aktivnosti**. (Fuh 1990, Kase 1992). Zajednički imenitelj svim oblicima neformalne participacije jeste „**pritisak za promene**“.

Istovremeno postoji potencijalna tenzija između participativne i reprezentativne demokratije. Ona se ogleda u opasnostima koje nose krajnosti između političke apatije i masovne hiperparticipacije ili „demokratije ulice“. Kada građani nisu zainteresovani i nisu aktivni, smatra se da je nastupila apatija. Druga ilustracija ove tenzije ogleda se u razlici između mirnih, odnosno, manje ili više nenasilnih formi participacije kao što je pisanje peticije ili javna politička debata, sa jedne strane, i manje mirnih formi kao što su okupiranja zgrada i blokada puteva. Ove različite forme imaju svoje kulturne i istorijske korene u memoriji građana pojedinih država i u dobroj meri korespondiraju sa njihovom revolucionarnom ili demokratskom prošalošću.

Demokratija je forma vladavine. **Demokratska vladavina pretpostavlja pristanak ili saglasnost onih nad kojima se vlada. Građani produkuju i reprodukuju podršku, daju pristanak i legitimišu ili delegitimišu određeni režim i održavaju njegovu stabilnost.** Takozvani „mit o demokratskoj kompetenciji“ (*myth of democratic competence*) zahteva iznad svega umerenu participaciju i po učestalosti i po formi, jer i premalo i previše participacije može podjednako narušiti delikatnu ravnotežu sistema.²⁰⁶

Politička debata (diskusija) je diskretna forma neinstitucionalizovane političke akcije.²⁰⁷ Gabrijel Almond i Sidni Verba slede tradiciju Džona Stjuarta Mila po kojoj su vrline i veštine za političku debatu značajni elementi demokratskog građanstva. U svojoj studiji *The Civic Culture* (Civilna kultura), Almond i Verba političku debatu navode kao jednu od formi demokratske participacije. Ove aktivnosti su direktno usmerene i utiču na vladine aktivnosti. Smatra se da i ona može biti instrumentalna i ekspresivna. Njome se mogu ubeđivati prijatelji i rodbina da glasaju. U tom pogledu, intelektualci i javne ličnosti imaju značajnu odgovornost, usled mogućnosti uticaja. Prisustvo slobode javne debate i dijaloga je istovremeno znak odsustva autoritarnih i totalitarnih elemenata sistema. Politička debata je indikator vitalnosti *homo politicus-a*.²⁰⁸ Politička debata je odraz zdravlja jednog društva.

Džejms Fiškim s pravom ukazuje da je zadatak demokratske reforme izgradnja institucija koje će ostvariti demokratske težnje kao što su uključenost članova zajednice i razboritost kroz konsultovanje i deliberaciju tih istih članova – građana.²⁰⁹ Tako je američka demokratija rođena u raspravi oko temeljnih pitanja političke zajednice, u kojoj su Medison i Hamilton zagovarali proces „uzastopnih filtracija“ u kojima „dolazi do pročišćavanja i proširivanja pogleda javnosti tako što ovi pogledi prolaze kroz izabrano telo građana“.²¹⁰ Postavlja se pitanje da li javnost ima

²⁰⁶ Richard Topf, *Beyond Electoral Participation*, in: *Citizens and the State*, edited by, Hans-Dieter Klingeman and Dieter Fuchs, OXFORD University Press, 2004, str. 53.

²⁰⁷ Isto, str. 59.

²⁰⁸ Isto, str. 61.

²⁰⁹ James S. Fishkin, *Ostvariti deliberativnu demokraciju: virtualne i mogućnosti licem u lice*, Politička misao, Vol. XLV, (2008), br 3-4, str 7-26, str. 7.

²¹⁰ Aleksandar Hamilton, Džejms Medison, Džon Džej, *Federalistički spisi*, Medison - Paragraf No 10, Radnička štampa, 1981, str. 228.

dovoljno informacija o stvarima o kojima biva konsultovana? Reč je o „racionalnom neznanju“. Građani se mogu pitati zašto bi trošili vreme i energiju u cilju dolaženja do informacija, „ako moj glas vredi kao kap u moru“? Fiškin zaključuje da je kolektivna razboritost kompatibilna sa većom uključenošću: „Deliberativnost omogućuje široj javnosti da u javnom interesu razmišlja, da postane informisanijom, da otkrije svoje kapacitete u rešavanju javnih problema, da postane angažovanija, da odluči na temelju sadržaja, a ne po načelima grupne psihologije i da dođe do nearbitrarnog izražavanja kolektivne političke volje.“²¹¹ **Politika se u demokratiji legitimise u polju javnosti, saglasnošću i prihvatanjem od strane građana koji je percipiraju kao saglasje sa njihovim interesima.** U polju javnosti javljaju se javno-mnjenjske rasprave i deliberacije političkih pitanja sa ciljem da se demokratski oblikuje javno polje i proces učini demokratskim, a to znači sve šire dostupnim. Promene u zapadnim društvima u značajnoj meri su se odrazile na participaciju i angažman građana. Na to su, pre svega, uticali: razvoj televizije, obrazovanja, povećanje životnog standarda i promena stilova života. Sada građani imaju na raspolaganju političke resurse i veštine da se pripreme za kompleksna politička pitanja i za sopstvene političke odluke u vezi sa njima. Građani sada imaju daleko veće mogućnosti da se informišu, nego ranije. Televizija je najfrekventniji i najcitiraniji izvor političkih informacija. Ona omogućava bolje razumevanje politike, praćenje kandidata u kampanji i prenos skupštinskih rasprava iz prve ruke. Ipak, ona ima i instrumentalnu i manipulativnu ulogu. Televizija nam ne kaže šta da mislimo ali nam sugerise o čemu da mislimo. Kognitivna mobilizacija (Inglehart, 1990) uključuje dve stvari; 1. opada cena dolaženja do informacija i 2. mogućnosti publike se uvećavaju. Sadašnje izborna telo je najobrazovanije u istoriji demokratije. Obrazovaniji građani balansiraju troškove i koristi svojih političkih aktivnosti (*costs and benefits of political activity*).

Mediji pomažu partijama u oblikovanju javnog dobra i artikulisanju javnog interesa.²¹² Političke partije su istovremeno i kreatori i sledbenici javnog mnjenja. Medijska prezentacija politike neminovno teži da podilazi ukusu šire publike, korišćenjem svih oprobanih formi (*talk show, celebrity, entertainment, infotainment*), kako bi prezentacija bila zanimljivija i kako bi se zadržala pažnja, bez promena na daljinskom upravljaču. Videopolitika utiče i na naše izbore, bitno ih redukuje i nameće i to je jedno opšte mesto. Marketing je zamenio programe i ideologije. Umesto same politike u prvi plan izlaze *spin-doktori, PR-timovi i imidž-mejkeri*. Televizija je pomerila stvari od moći reči do nadmoći slike. Vizuelna dopadljivost je pobedila diskurzivnu debatu kao put do istine. Racionalno-kritički diskurs se povlači pred dominacijom slike i vizuelizacije informacija. Televizija određuje teme za raspravu (*agenda setting*), daje prednost nekim temama nad drugim (*priming*) i interpretira događaje čime neposredno utiče na njihovo shvatanje, prihvatanje ili osudu.²¹³ Mediji fokusiraju našu pažnju na pitanja koja neko već selektuje. Širenje ideja je lakše, ali je teže snalaženje u obilju ponude. U parlamentarnoj demokratiji, „vladavina pomoću diskusije“ se polako izmešta iz parlamenta, kao jedinog ovlašćenog mesta za javnu deliberaciju kao način dolaženja do opšteobavezujućih odluka. Internet je doveo do nastanka elektronske agore, većeg i lakšeg umrežavanja ljudi, elektronske demokratije i virtuelnih političkih zajednica.

GLASANJE NA IZBORIMA (IZBORNA PARTICIPACIJA)

Da bi imali uticaj na javne odluke, poželjno je da građani iskoriste svoje pravo glasa i učestvuju na izborima. Javnim delovanjem čovek daje svoj doprinos u oblikovanju javnog dobra (*res publica*).

²¹¹ James S. Fishkin, Ostvariti deliberativnu demokraciju: virtualne i mogućnosti licem u lice, Politička misao, Vol. XLV, (2008), br 3-4, str 7-26.

²¹² Više o ovome u: Slavija Orlović, Transformacija političkih partija pod uticajem medija, u: Ustav i demokratija u procesu transformacije, ur. Milan Podunavac, Beograd, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka i Udruženje za političke nauke, str. 309-310.

²¹³ D. Weaver, (2007) Thoughts on Agenda Setting, Framing, and Proming, Journal of Communication 57,(1): 142-147, prema Viktorija Car, Politika i političari: Glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti, Anali hrvatskog politološkog društva, Godište VII, Zagreb, 2011, str. 194.

²¹⁴ Čedomir Čupić, Politika i zlo, str. 29.

Javni prostor nam služi za susretanje sa drugim ljudima, odnosno, „niti sloboda može bez javnosti, niti javnost bez slobode“.²¹⁵ Za Hanu Arent, pozitivna sloboda je uslov ili garant negativnih sloboda. Liberalno-demokratska teorija pretpostavlja građansku dužnost i odgovornost. Libertarijanci smatraju da je sve stvar individualnog izbora, uključujući i izbor da li će da se participira ili ne. Isaija Berlin je naglasio razliku između pozitivne i negativne slobode. Praktikovanje političke slobode znači i učešće u oblikovanju političke zajednice. Bendžamin Konstan je na stanovištu da je politička (pozitivna) sloboda garancija moderne (negativne) slobode. S obzirom na to da su ljudi upućeni jedni na druge i zavise jedni od drugih, oni su slobodni da sebi biraju društvo, da se udružuju u razne oblike civilnih asocijacija. Jer „pojedinač je i lično i društveno biće“.²¹⁵ Svojim ulaskom u javnu sferu, iz svoje privatnosti, čovek je ne napušta, već je može obogatiti. Konstan, nazivajući individualnu slobodu – „pravom modernom slobodom“, smatra da je politička sloboda njena garancija. On smatra da je nužno naučiti da se te dve vrste kombinuju. Konstan je upozorio na opasnost da uživanjem u privatnoj slobodi ne treba odustati od učešća u političkom životu i mogućnosti oblikovanja vlasti:

*„Opasnost sa modernom slobodom (pojedinač) jeste u tome da obuzeti uživanjem u našoj privatnoj nezavisnosti, uživanjem u upražnjavanju naših sopstvenih interesa ne odustajemo lako od našeg prava na učešće u političkoj moći. Nosioci vlasti često nas na to pozivaju. Oni su toliko spremni da nas poštede svakojake muke osim one da budemo poslušni i da plaćamo poreze! Oni nam kažu: „Koji je u suštini cilj svih vaših napora, razlog vašeg rada, predmet vaših nadanja? Zar to nije sreća? Pa ako je tako, pustite nas da radimo i mi ćemo vam tu sreću doneti“. Ne gospodo, nemojmo ništa da pustimo. Ma kako dirljiva ova ponuda bila, moramo da zamolimo vlast da ostane u svojim zadatim okvirima. Neka se ograniči na to da bude pravedna a mi ćemo se pobrinuti da budemo srećni. Da li bismo mogli da budemo srećni putem zadovoljstava, ukoliko bi ta zadovoljstva bila odvojena od jemstva? Gde bismo ta jemstva našli, ako bismo odustali od političke slobode? Odustati od političke slobode predstavljalo bi ludost sličnu ludosti čoveka koji pod izgovorom da živi na prvom spratu na pesku zida građevinu bez partera“.*²¹⁶

Jedan od najznačajnijih oblika političke participacije je učešće građana na izborima. Uslovno se može reći da izborna participacija spada i u participativnu i u reprezentativnu demokratiju. Izborna participacija predstavlja samu suštinu demokratije. Na taj način građani biraju svoje predstavnike, oblikuju svoje ustanove i opredeljuju se za ponuđene javne politike. Građani učestvuju u donošenju političkih odluka kao birači. **Izbori i glasanje, kao glavni oblik političke participacije su kratkotrajni ali masovni oblik učešća građana u političkom životu.** Tu su još vođenje kampanje, lobiranje, protesti, demonstracije, peticije. Čini se da se često politička participacija izjednačava sa činom glasanja. U tom slučaju čeka se od izbora do sledećih izbora. Demokratska participacija podrazumeva različite forme ali one nemaju podjednak politički uticaj. Postavlja se pitanje šta sve mi možemo da učinimo ako želimo da izvršimo uticaj na vladu i njenu politiku koja je za nas važna. Glasanje je utoliko značajnija aktivnost što se tim činom bira, kontroliše i smenjuje vlada. Taj čin ima svoja ograničenja jer, sa jedne strane, izbori ne obuhvataju mnoga (ili sva) pitanja, a sa druge strane, izbori se održavaju periodično (na 2, 4, 5 godina). Zato, čin glasanja zahteva kombinaciju sa ostalim oblicima participacije kao što je učešće u kampanji. Razvoj i istorija moderne demokratije praćeni su, sa jedne strane, povećavanjem učešća građana na izborima u smislu širenja biračkog prava, sve dok ono nije postalo univerzalno – krajem dvadesetog veka. A sa druge strane, poslednjih godina se beleži trend smanjenja izlaznosti na izborima. Treba podsetiti da od kada je postalo univerzalno, nema više širenja biračkog prava koje je neminovno povećavalo procenat participacije.

²¹⁵ Isto, str. 148.

²¹⁶ Bendžamin Konstan, O slobodi starih u poređenju sa slobodom modernih naroda, str. 326.

Potreba za participativnom demokracijom (*grass-root democracy*), kao korektivnim faktorom proizilazi iz neperfektnosti reprezentativne (predstavničke) demokratije (*ballot democracy*). To, međutim ne znači da je participativna demokratija bez izborne participacije, niti moguća niti dovoljna. Participativna demokratija je potencijalno populistička, kao što i sama demokratija nosi u sebi te mogućnosti. Vilijem Riker je u kritici demokratije (*Liberalism Against Populism*, 1982), ukazao na potencijalnu opasnost u konsultovanju masa jer su njihove preference u značajnoj meri heterogene i promenljive pa je volja naroda besmislena. Iz optimističke perspektive država (vlada) koja želi da deli moć i odgovornost sa svojim građanima, nastojace da oni više učestvuju u oblikovanju važnih odluka i javnih politika. Demokratija ima veću potrebu za aktivnim građanima nego za harizmatiskim liderima. Glasanje za javne funkcionere nije dovoljno za demokratiju.

ZAŠTO PARTICIPIRATI?

U tumačenju političke participacije razlikuju se sociološki pristup, po kojem vrednosti i norme kao što je građanska dužnost, predstavljaju dominantan faktor i ekonomski pristup koji je baziran na teoriji racionalnog izbora (*Rational choice*). Psihološki faktori kao što su osobine ličnosti (uloga strpljenja, altruizam) takođe, utiču na izlaznost. Među teorijama i modelima kojima se objašnjava politička participacija izdvajaju se „resursni model“, „teorija mobilizacije“ i „instrumentalne motivacije“. Dominantni model je resursni model.

Resursna teorija objašnjava kako participiraju samo oni ljudi koji imaju dovoljno resursa, odnosno ono što ljudi individualno unose u demokratski proces. Da li će neko učestvovati u političkom životu zavisi od resursa, kao što su znanje, novac, vreme i građanske veštine i vrline.²¹⁷ Pretpostavlja se da su razvijenije, bogatije i obrazovanije grupe politički angažovanije. Ovaj model ima u vidu učešće u političkom životu kao građansku dužnost sa pretpostavkom da građani imaju izgrađene i jake stavove o određenim pitanjima. Reč je i o društvenim normama. Očekivani nivo participacije zavisi od varijabli obrazovanja, prihoda i zanimanja. Nedostatak ovog pristupa, je to što ne može objasniti velike razlike u izlaznosti koje postoje između država. Razlike u izlaznosti na nivou obrazovanja i prihoda su manje nego razlike u izlaznosti među državama. Osim toga, zemlje sa velikom izlaznošću nemaju bogatije ili obrazovanije građane od zemalja sa niskom izlaznošću.²¹⁸ U stvari, dve najbogatije i najobrazovanije države (Švajcarska i SAD) su skoro na najnižem nivou izlaznosti birača. Resursni model objašnjava, prevashodno neizbornu participaciju.

Teorija racionalnog izbora nudi tumačenje po kojem se birači ponašaju racionalno vodeći računa o *cost-benefits* analizi, odnosno sagledavaju svojih troškova i korisnosti (Dauns, 1957, Olson, 1965). Po ovoj teoriji participacija je uslovljena procenom očekivane koristi, za koju se troši vreme, energija i resursi. Racionalnost pristupa korisnosti i troškova, je prisutna ako je slab osećaj građanske dužnosti. Kada bi protestne aktivnosti objašnjavali teorijom racionalnog izbora, pretpostavili bismo da su protesti angažman visokog rizika zbog mogućnosti hapšenja, čime bi se kalkulisalo i imali bismo mnogo *free rider-a*, odnosno onih koji se švercuju.

Gabrijel Almond i Sidni Verba dovode u pitanje racionalno-aktivistički model ponašanja građana u pitanje. Po ovom modelu, uspešna demokratija zahteva od građana da budu angažovani i aktivni u politici, dobro informisani i uticajni. Građani retko odgovaraju tom modelu. Nisu dobro informisani, ni duboko angažovani, niti posebno aktivni, a proces kojim donose svoje glasačke

²¹⁷ Andre Blais, Political Participation, in: Comparing Democracies 3, Elections and Voting in the 21st Century; ed. by, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi and Pippa Norris, SAGE Publications, str. 179.

²¹⁸ Mark N. Franklin, Electoral Participation, in: Comparing Democracies, Election and Voting in Global Perspective, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi, and Pippa Norris, editors, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 1996, str. 220.

²¹⁹ Almond i Verba, Civilna kultura, str. 350.

odluke pre je sve drugo nego racionalna procena.²¹⁹ Po Almond i Verbi, građanin nije neprekidno aktivan u politici. Građanin u građanskoj kulturi ima „rezervu uticajnosti“. On se politikom ne bavi neprestano niti nadgleda ponašanje donosioca političkih odluka na aktivan način, već on ima mogućnost delovanja ako se pojavi potreba. Almond i Verba sugerišu da uzoran građanin „nije aktivan građanin, već potencijalno aktivan građanin“.²²⁰

Teorija mobilizacije odnosi se na pojačavanje svesnosti birača o važnosti i značaju njihove uloge ako su uključeni, kroz operacije u medijima, partijama i grupama. Mobilizacija znači povećanje svesti o značaju izbora kroz razne operacije i kroz kampanje.

Instrumentalna motivacija je želja da se utiče na kurs javne politike i osećaj da pojedinci mogu imati akcije, sami ili ujedinjeni sa drugima, koje mogu uticati na sam ishod izbora.²²¹ Građani pripadaju i društvenim mrežama i socijalnim institucijama koje utiču na participaciju. Većina ljudi je socijalno povezana sa nekom grupom. Ljudi ne samo da glasaju već imaju i uticaj na svoje okruženje kako da postupe, tako da svaki građanin može imati uticaj više od jednog (svog) glasa.

KO PARTICIPIRA?

Veoma je važno ko učestvuje u političkom životu i koliko ljudi participira. Građani su politički jednaki ali su socio-ekonomski nejednaki. Različiti kanali uticaja koji stoje građanima na raspolaganju, različito su dostupni i različito se koriste od strane pojedinaca i socijalnih grupa. A to je od suštinske važnosti za efektivnost demokratije. Socio-ekonomski status može imati određeni efekat na političku participaciju. Pripadanje stratifikacijskim hijerarhijama u jednoj oblasti (socijalnoj, ekonomskoj ili političkoj) može imati uticaja, na status u drugoj stratifikacionoj hijerarhiji. Bogatstvo, na primer, nije isto što i politička vlast, ali se bogatstvom mogu lakše prokrciti putevi do vlasti. Obrnuto, politička vlast se može lakše konvertovati u bogatstvo. Da li to znači da bogatiji i obrazovaniji dominiraju političkim procesom? Kada dve hijerarhije nisu kompatibilne, već nezavisne, veća verovatnoća je da će politička moć uticati na ekonomsku. Politički stratifikacioni sistem je egalitarniji od ekonomskog.²²²

Karakteristike političke participacije pomažu nam da razumemo značenje političkog angažmana. Na primer, nezadovoljstvo može i povećati i smanjiti verovatnoću za političku akciju. Drugo, ako participacija daje politički rezultat u smislu uticaja na političke centre (kreiranja i donošenja odluka), to sugeriše koji građani i njihovi interesi mogu biti adekvatno predstavljeni. „Model građanskog volontarizma“ (Verba, Šlocman i Brejdi, 1995), ukazuje na tri vrste faktora uticaja na početku participacije: 1. lične (personalne) karakteristike 2. uticaj grupe, i 3. politički stavovi.

1. Na političku participaciju utiču lične karakteristike kao što je socijalni status (obrazovanje, životni standard), koji je u vezi sa političkim aktivnostima, akcijom, angažmanom. Osobe sa višim statusom, posebno obrazovaniji, verovatnije imaju više vremena (i novca), veće mogućnosti dolaženja do informacija, saznanja i sposobnosti (mogućnosti) za političko uključivanje. To ne znači da socijalni status sam po sebi utiče ali je u značajnoj korelaciji (1. varijabla). Važna je individualna pozicija u okruženju. Pretpostavlja se da sa porastom godina – životnog doba raste i politička uključenost. Za mlađe je politika često daleki svet. To se tumači razlozima da su stariji poreski obveznici, vlasnici nekretnina, imaju decu u školi, što sve povećava njihovu odgovornost i brigu za javne poslove. Pol, takođe utiče na političku aktivnost. Smatra se da su muškarci politički

²¹⁹ Almond i Verba, *Civilna kultura*, str. 350.

²²⁰ Isto, str. 354.

²²¹ Mark N. Franklin, *Electoral Participation*, in: *Comparing Democracies, Election and Voting in Global Perspective*, Lawrence LeDuc, Richard G. Neimi, and Pippa Norris, editors, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi, 1996, str. 219.

²²² Sidney Verba, Norman H Nie, Jae-an Kim, Edited By, *Participation and Political Equality: A Seven-nation Coparasion*, Cambridge University Press, Cambridge, London, 1978.

aktivniji od žena u demokratiji. To se objašnjava jazom u obrazovanju, prihodima i zaposlenju. Obzirom da se slika „muškog sveta“ menja, ali i uloga i učešće žena u politici je u nagloj promeni.

Istraživanja koja su sprovedena u drugoj polovini dvadesetog veka pokazala su veći aktivizam kod mlađih osoba u odnosu na starije, kod muškaraca u odnosu na žene, i kod obrazovanijih u odnosu na manje obrazovane osobe. U poslednje vreme razlika na relaciji mladi-stari, muški-ženski i obrazovani-neobrazovani se smanjuje, odnosno, razlika u dobu, polu i stepenu obrazovanja se smanjuje.²²³

2. Na političku participaciju utiče učešće ili vezanost za određenu grupu ili organizaciju (uticaj grupe). Vezanost za partiju i čvršća partijska identifikacija povećavaju participaciju. To motiviše ljude, naročito u kampanji i izborima da se koncentrišu na pobjedu (preferirajuće) partije. Učešće u društvenim i dobrovoljnim grupama mobilise i motiviše članove, razvija veštine i orijentacije u politici. I učešće u nepolitičkim grupama može stimulirati političku participaciju.

3. Na političku participaciju utiču vrednosti i stavovi građana. Političko (ne)zadovoljstvo politikom vlade, na primer, utiče na građane ili da je podrže ili da je menjaju. Nezavisno od pravca izraženog delovanja uticaj ovog faktora je izvestan. Smatra se da političke preference i ideologija utiču na stepen participacije. Takođe, verovanje u stvarni uticaj i ulogu koju imaju građani može imati efekta na participaciju. Među ovim grupama razloga u istraživanjima su dostupni sledeći faktori: nivo obrazovanja, starosno doba, pol, vezanost za partiju, članstvo u organizacijama, zadovoljstvo demokratskim procesom, levo-desno pozicija.²²⁴ Efekti svih varijabli su preklapajući. U mnogim evropskim zemljama sindikati i radničke partije nastoje da izbegnu problem razlika u njihovom socijalnom statusu i njihovog različitog uticaja na participaciju i izlaznost (slabije obrazovanje), nastojeći da ih mobilise. U Nemačkoj, mladi više učestvuju nego u drugim zemljama. To je naročito bilo izraženo 70-ih, uticajem participacione revolucije (*participatory revolution*), kao i uticajem i sposobnošću alternativnih grupa (npr. Zelene partije) da ih privuku.

ŠTA SVE UTIČE NA IZLAZNOST NA IZBORIMA?

Među autorima koji proučavaju razlike u izlaznosti na izborima (izbornu participaciju) među državama, važnost institucionalnih i kontekstualnih razlika je glavna tema u literaturi o političkoj participaciji od najranijih učenja. **Izlaznost može zavistiti od:** antipartijskog raspoloženja, da li je glasanje vikendom, previše učestalih izbora (SAD, Švajcarska), zakonom utvrđenog obaveznog glasanja (Brazil, Argentina, Belgija, Kipar, Grčka, Finska, Luksemburg, Turska) i načina registracije birača (u SAD se birači sami registruju). Smatra se da politička kompeticija ima jak uticaj na izlaznost. Takođe, i socijalni i ideološki rascepi stimulišu izlaznost.

Izbori koji ne odlučuju o dispoziciji izvršne vlasti (npr. izbori za Evropski parlament) **manje su važnosti** (i samim tim slabije motivišu glasača da izađe na njih) od recimo nacionalnih izbora u Evropi ili Predsedničkih izbora u SAD.²²⁵ Ako je nagrada na izborima izvršna vlast, onda možemo očekivati veću izlaznost birača. Rezultat izbora može ličiti na određivanje kursa javne politike, a tada se jako primećuju razlike između političkih alternativa. Biračko nadmetanje (kompeticija) koje stimuliše glasače da izađu u što većem broju, evidentno stimuliše i partije i kandidate da udvostruče svoje napore kako bi pridobili i one glasače koji bi ipak ostali u svojim kućama. Druga karakteristika izbornog konteksta koja razdvaja zemlje sa malom izlaznošću od ostalih je **broj**

²²³ Richard Topf, Beyond Electoral Participation, in: Citizens and the State, edited by, Hans-Dieter Klingeman and Dieter Fuchs, OXFORD University Press, 2004, str. 79.

²²⁴ Russell Dalton, Citizen Politics, str. 49-51.

²²⁵ Mark N. Franklin, Electoral Participation, str. 221.

izbora koji se održavaju. SAD se razlikuju i po tome što se kod njih birači često pitaju i često se održavaju izbori na različitim nivoima (za donji dom svake tri godine, predsjednički izbori svake četiri godine, ili postoji mnogo različitih nereprezentativnih pozicija – sudije, šerifi, pravozastupnici, gradski blagajnici...). I u Britaniji i u SAD u jednomandatnim izbornim jedinicama izbori se ponekad čine unapred odlučnim, što demotivira birače. U ovim sistemima jača kompetitivno ponašanje stranaka ali izvan dve vodeće stranke efekat je slabiji. Zemlja sa federalnim a takođe i državnim izborima i čestim referendumima, suočice se sa manjom izlaznošću nego druge zemlje.²²⁶

Druga promenljiva koja je već pomenuta kao činilac dobiti od glasanja je **proporcionalnost izbornog sistema.**²²⁷ Institucionalisti u značajnoj meri vezuju izlaznost za izborni sistem, pri čemu je u većinskom sistemu relativne većine najmanja izlaznost. U izbornim sistemima proste većine (neproporcionalnim sistemima) prosečna izlaznost (ne računajući zemlje sa obaveznom glasanjem) je 68,2% a u proporcionalnim sistemima prosečna izlaznost je 70,8%.²²⁸ Lajphart ističe da je prosečno za 9% veća participacija u izbornim sistemima proporcionalne reprezentacije nego u neproporcionalnim. Velika Britanija i SAD sa sistemom proste većine, u principu, zaostaju za drugim zemljama. Ali je, na primer, Britanija, od zemalja u kojima nije obavezno glasanje, 1997. zabeležila skoro rekordnu izlaznost sa 75,4%. U SAD je izlaznost od 1960-ih do 1990-ih opala za 10% (sa 61% na 53%), ali je 2004. napravljen skok za deset posto (oko 60%). U ovim zemljama ima i drugih razloga za nešto slabiju izlaznost, kao što je činjenica da se birači sami registruju (u SAD). Neki proporcionalni sistemi nemaju visoku izbornu participaciju, kao što je Švajcarska. Moguće tumačenje je da je referendumska demokratija u Švajcarskoj preopteretila birače, kao što takav efekat imaju učestali i mnogobrojni izbori u SAD.²²⁹ Izlaznost na izbore je konstantno visoka u Nemačkoj u izborima za Bundestag, oko 80%. Tabela 2. pokazuje da u 12 zemalja izlaznost opada za više od 2% uključujući i Francusku, Nemačku i SAD. Sedam zemalja ima stabilnu izlaznost (plus, minus 2%), a u jednoj se beleži porast za 2%. Šezdesetih je odziv bio najveći („participativna revolucija“) a devedesetih je opadajući. O uporednoj izlaznosti na izbore u zemljama zapadnih demokratija videti Tabelu 2.

Iako je očigledno da **proporcionalni izborni sistem vodi do veće izlaznosti na izbore**, nije jednoznačna interpretacija zašto je to tako. Jedno objašnjenje je to što ovaj izborni sistem vodi do više partija, a čim je više partija to je i veća mobilizacija birača. Drugo objašnjenje je da su izbori kompetitivniji kada se održavaju po ovom sistemu. Međutim, kada je na snazi proporcionalni izborni sistem čija je posledica više partija, gotovo su neminovne koalicione vlade, što dovodi do slabije odgovornosti vlade što može redukovati podsticaj da se glasa.²³⁰

Način registracije birača, takođe, može uticati na izlaznost na izborima. Da li se registracija glasača obavlja automatski (kao u većini zemalja) ili dobrovoljno (SAD i neke Latinoameričke zemlje) utiče na razliku u broju ljudi registrovanih da glasaju i stoga spremnih da odgovore na zakasnelu informaciju o važnosti izbora. Za razliku od evropskih zemalja gde se registracija birača vrši od strane vlade i automatski inovira, u SAD se birači sami registruju i mnogi od njih propuste da to učine.²³¹

²²⁶ Isto, str. 224.

²²⁷ Isto, str. 225.

²²⁸ David Farrell, *Electoral Systems, A Comparative Introduction*, Palgrave, New York, str. 204.

²²⁹ Klaus von Bajme, *Transformacija političkih stranaka*, FPZ, Zagreb, 2002, str. 44.

²³⁰ Andre Blais, *Political Participation*, in: *Comparing Democracies 3, Elections and Voting in the 21st Century*; ed. by, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi and Pippa Norris, SAGE Publications, str. 169.

²³¹ Russell Dalton, *Citizen Politics*, str. 37.

Tabela 2: Stepen izlaznosti na izbore od 1950-ih do 1990-ih (glasanje u procentima)

Country	1950s	1960s	1970s	1980s	1990s
Australia	90	93	93	91	94
Austria	94	93	92	92	84
Belgium	88	86	86	87	85
GREAT BRITAIN	80	76	75	74	75
Canada	74	77	73	73	69
Denmark	82	87	87	86	84
Finland	86	85	78	75	71
FRANCE	80	77	82	72	69
GERMANY (WEST)	87	87	91	87	79
Greece	-	-	78	80	80
Iceland	91	91	90	89	86
Ireland	74	74	76	72	67
Israel	78	80	78	78	77
Italy	94	93	93	89	85
Japan	76	80	78	78	73
Luxembourg	92	90	90	88	87
Netherlands	95	95	84	84	76
New Zealand	91	88	85	89	80
Norway	79	83	82	83	77
Portugal	-	-	88	78	68
Spain	-	-	73	75	76
Sweden	79	86	90	90	85
Switzerland	69	64	53	48	44
UNITED STATES	61	62	54	52	53
21 - nation average	82	82	81	79	76

Sources: Mackie and Rose (1991) and data collected by the author, prema: Russel Dulton, Citizen Politics, str. 36

Da li se izbori održavaju radnim danima ili tokom vikenda evidentno će uticati na mogućnost glasanja radnih ljudi. U većini evropskih zemalja (za razliku od SAD) izbori su vikendom što ohrabruje birače da nađu više vremena da izađu na birališta. U mnogim državama **obavezno glasanje** predstavlja podstrek za glasanje (iako kazne za neglasanje nisu velike), **glasanje unapred ili poštom** omogućava učešće na glasanju svima koji su tokom glasanja odsutni iz mesta boravka.²³² Od ovih, najviše se potencira na biračkoj istaknutosti (važnosti).

Važniji izbori (*salient election*) imaju rast izlaznosti od nekih 27%, u odnosu na ne toliko bitne izbore.²³³

²³² Mark N. Franklin, Electoral Participation, str. 225.

²³³ Isto, str. 226.

Izlaznost na izborima najveća u zemljama koje imaju obavezno glasanje. Obavezno glasanje počiva na pretpostavci da je biračko pravo ne samo lično pravo već i javna dužnost, kao i da je izabrana vlast legitimnija ako na izborima učestvuje što više birača i da je dužnost svakog odgovornog građanina da učestvuje u izboru svojih političkih predstavnika.²³⁴ Protivnici ovog stanovišta smatraju da je protivno političkim pravima i slobodama prisiljavati ljude da glasaju. Zakonska obaveza podleže sankcijama u vidu novčane kazne, privremeno oduzimanje aktivnog i pasivnog biračkog prava, poteškoće u dobijanju pasoša i vozačkih dozvola, zabrana pristupa određenim javnim službama, sve do zatvorske kazne. Zemlje sa obaveznim glasanjem su: Belgija, Kipar, Grčka, Finska, Luksemburg i Turska.

Obavezno glasanje (*compulsory voting*), dopisno glasanje (*post voting*), i proporcionalnost izbornog sistema mogu nam dati efektivan uvid u važnost izbora. **Izlaznost na izbore se povećava za nekih 7% u zemljama gde je obavezno glasanje. Vrednost dopisnog glasanja (glasanja poštom) je oko 4%. A proporcionalnost izbornog sistema negde oko 0,6% u izlaznosti za svaki procenat. Nedeljno glasanje nosi 5-6%.**²³⁵

Jedna od funkcija stranaka – mobilizacijska, proverava se, između ostalog, i učešćem na izborima, odazivom na birališta (izlaznošću), odnosno izbornom participacijom.²³⁶ Kao i u drugim pitanjima, i u ovom, pripisivanje opadanja izlaznosti birača na izborima samo slabljenjem mobilizacijske uloge partija je jednostrano, površno i čak pogrešno, jer mnogi drugi pomenuti razlozi preovlađuju. Izlazak na izbore podstaknut je, prvenstveno, željom da se utiče na kurs javne politike. Obavezno glasanje, glasanje vikendom i glasanje poštom izvodi veći broj građana na glasanje, nego što bi ih inače glasalo, **ali glavni faktor određivanja izlaznosti je značaj izbornog nadmetanja (važnost glasanja)** i verovatnoća da ni jedan glas neće biti odbačen (neiskorišćen proporcionalnošću izbornog sistema) mogu delovati jedino ako su ljudi motivisani da upotrebe svoje glasove za dostizanje političkog cilja.

Države sa malom važnošću izbora i neproporcionalnim izbornim sistemom, mogu lako imati nivo izlaznosti 40% niži nego zemlje sa velikom važnošću izbora i visokom proporcionalnošću izbornog sistema.

IZBORNA APSTINENCIJA

Činjenicu da birači nisu naivni potvrđuje nam i njihovo zaobilazanje izbora kada žele da izraze nezadovoljstvo prema neodgovornoj vlasti. Apstinenti ili nebirači su nezadovoljni vlašću, njenom alternativom, dakle ukupnom ponudom na političkom tržištu, politikom, strankama, vlastitim društvenim položajem i statusom. Indikativno je da se obično radi o srednjim, odnosno višim slojevima. Jedan deo razočaranja građana uzrokovan je nerealnim obećanjima i očekivanjima da je demokratizacija društva i podizanje standarda moguće preko noći. Takozvani gubitnici tranzicije nezadovoljni su promenama. Oni gube veru u političare.

Takozvani „beli listići“ predstavljaju neku vrstu izražavanja protesta a evidentiraju se kao nevažni glasovi. I to je izražavanje svog političkog – kritičkog stava prema stanju u društvu, prema ukupnoj političkoj eliti (i vlasti i opoziciji). To je opstrukcija procesa glasanja i izbora, kao posledica ličnog ili grupnog političkog nezadovoljstva i revolta. Političke posledice takvih akcija mogu biti neželjene i neočekivane. Onaj ko dobije većinu, formiraće vladu, nezavisno od stepena izlaznosti. Neće mariti za eventualni okrnjeni legitimitet. To može ići u prilog suprotnim opcijama od onih koji na taj način iskazuju svoj protest.

²³⁴ Mirjana Kasapović, Izborni leksikon, Zagreb: Politička kultura, str. 249-250.

²³⁵ Mark N. Franklin, Electoral Participation, str. 226.

²³⁶ Klaus fon Bajme: „Nakon ujednačavanja biračkog prava i biračke dobi u Evropi se izborna participacija, po pravilu, mjeri kao postotni udio birača među onima koji imaju biračko pravo“, Transformacija političkih stranaka, str. 44.

Andre Blais daje četiri glavne interpretacije zašto ljudi češće glasaju nego što apstiniraju:

1. Ako procene da će im korist biti veća od troškova;
2. Oni se pridržavaju normi da dobri građani treba da izađu na svake izbore;
3. Oni razmišljaju u duhu svoje grupe;
4. Oni imaju svoju opciju na izborima.²³⁷

ZAKLJUČAK

Glasanje kao oblik formalne (institucionalizovane, konvencionalne) političke participacije je istovremeno način i sredstvo izbora i kontrole vlasti, kao izbor javnih politika. Učešće na izborima je masovan, ali kratkotrajan čin političke participacije koji se održava periodično. Glasanje je istovremeno deo i participativne i reprezentativne demokratije jer građani, osim što neposredno učestvuju (participiraju) u donošenju odluka, istovremeno i biraju svoje predstavnike (narodne poslanike, predsednike republike, gradonačelnike i sl.). U pogledu neformalne (neinstitucionalizovane, nekonvencionalne) političke participacije, aktivnosti građana mogu ići u rasponu od pasivnosti i apatije do hiperaktivnosti.

Do biračkog (kao i do ženskog) tela dolazi se udvaranjem, interesovanjem za njihove sklonosti, afinitete, vrline i slabosti ali i sticanjem poverenja i ostvarivanjem datih obećanja. Zbog reizbora mora se voditi računa o sklonostima građana ali se moraju i polagati računi. Sa druge strane, biračima (građanima) život u jednom društvu zavisi i od onih kojima su dali svoj glas, ili preciznije od onih koji su izabrani. U oblikovanju političkih ponuda koje stoje na raspolaganju biračima ima elemenata analogije između ekonomskog i političko tržišta. Dinamika izborne kompeticije sa ponudom i potražnjom na političkom tržištu, ima glavni uticaj na menjanje i dopunjavanje (dopisivanje) postojećih programa. Podsticaji dolaze iz polja javnosti, medija, promena u društvu, ali i sazrevanja novih generacija birača čijim sentimentima i senzibilitetima treba ići u susret. Okolnosti u kojima se odvijaju izbori nose i izvesne trendove. Oni mogu biti globalni, kao što je posleratna rekonstrukcija, problemi i pitanja „hladnog rata“, država blagostanja, novi konzervativizam, nova levica („treći put“), naftna kriza, terorizam, rat u Iraku, ili svetska ekonomska kriza. Ideološke tendencije i trendovi se takođe prevode u izborni program.

U većini evropskih zemalja na snazi je izborni sistem proporcionalne reprezentacije, što stimuliše više partija da dobiju što više glasova i zbog toga utiču na mobilisanje birača i povećanje participacije. Iako izborna participacija ne zavisi direktno od partijske identifikacije, ipak, veća utemeljenost stranaka u biračkom telu, daje im veću slobodu u ponašanju ali ih i vraća gravitacionom centru. Jedno od tumačenja trenda je i porast racionalnog birača koji je sve bolje i više informisan o konkurentskim ponudama, nijansiranije osetljiviji na ponude i obećanja, ali i učinke određenih politika. Na izlaznost utiče i osećaj ispunjavanja građanske dužnosti. Veći procenat nevažjećih glasova u državama sa obavezom glasanja, tumači se revoltom birača.

Jedan broj autora smatra da je glasanje stvar navike. Prema Norbertu Bobio, demokratija ne može da zaživi dok ne postane navika. Ljudi moraju verovati u njihov uticaj na vladine odluke i vladinu politiku. Naročito danas, kada više nije važno ko broji glasove, već ko glasa. Izbori ostaju ključno jemstvo da će politički predstavnici ostati prilično osetljivi na prioritete običnih građana. Iz navedenog sledi zaključak: ako glasamo – izbor je naš, ako ne glasamo, drugi odlučuju i biraju u ime nas.

²³⁷ Andre Blais, Political Participation, in: Comparing Democracies 3, Elections and Voting in the 21st Century; ed. by, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi and Pippa Norris, SAGE Publications, str. 170.

²³⁸ Isto, str. 169.

U novim demokratijama izlaznost opada nakon *founding elections*.²³⁸ U Srbiji su poslednjih dvadesetak godina postojale oscilacije u korišćenju i kombinovanju izborne participacije (glasanja) i neizborne participacije (demonstracija u cilju odbrane izborne pobeđe 1996-7 i 5. oktobra 2000). Nakon „demokratije trgova i ulica“ devedesetih godina, trusno političko tlo se polako smiruje. Izborna participacija ostaje jemstvo za izbor i kontrolu političara i šansa za izbor i oblikovanje javnih politika. Deficit predstavničke demokratije ukazuje na potrebu za korekcijom i dopunom različitim formama neizborne participacije čime na sceni imamo građanina suverenog ne samo pred glasačkom kutijom.

LITERATURA

Almond Gabriel A. i Sidney Verba (2000) *Civilna kultura, Politička kultura*, Zagreb

Beyme Klaus Von (2002) *Transformacija političkih stranaka*, FPN, Zagreb

Blais Andre, *Political Participation*, in: *Comparing Democracies 3, Elections and Voting in the 21th Century*; ed. by, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi and Pippa Norris, SAGE Publications

Car Viktorija (2011) *Politika i političari: Glavna tema i glavni junaci televizijskih vijesti*, Anali hrvatskog politološkog društva, Godište VII, Zagreb

Čupić Čedomir (1990), *Politika i zlo*, Nikšić: Univerzitetska riječ

Dalton Russel J. (2002) *Citizen Politics, Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies* (Third edition), Chatham House Publishers, Seven bridges press, Ilc, New York, London

Farrell David M. (2001) *Electoral Systems, A Comparative Introduction*, Palgrave, New York

Fishkin James S. (2008) *Ostvariti deliberativnu demokraciju: virtualne i mogućnosti licem u lice*, Politička misao, Vol.XLV, br 3-4

Franklin Mark N. (1996) *Electoral Participation*, in: *Comparing Democracies, Election and Voting in Global Perspective*, Lawrence LeDuc, Richard G. Niemi, and Pippa Norris, editors, SAGE Publications, Thousand Oaks, London, New Delhi

Hamilton Aleksandar, Medison Džejms, Džej Džon (1981) *Federalistički spisi*, Beograd: Radnička štampa

Mirjana Kasapović (2003) *Izborni leksikon*, Zagreb: Politička kultura,

Konstan Bendžamin (1989) *The Liberty of the Ancients compared with that of the Modern*, in: *Political Writings* (ed. B. Fontana), Cambridge: Cambridge University Press, ili, *O slobodi starih u poređenju sa slobodom modernih naroda*, Republika br. 262/ 2001

Orlović Slaviša (2011) *Transformacija političkih partija pod uticajem medija*, u: *Ustav i demokratija u procesu transformacije*, ur. Milan Podunavac, Beograd, Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka i Udruženje za političke nauke

Topf Richard (2004) *Beyond Electoral Participation*, in: *Citizens and the State*, edited by, Hans- Dieter Klingeman and Dieter Fuchs, OXFORD University Press

Verba Sidney Verba, Nie Norman H, Kim Jaean (1978) *Participation and Political Equality: A Seven-nation Coparasion*, Cambridge University Press, Cambridge, London

PARAKAMPANJE – KAMPANJE NA OBODU IZBORNIH KAMPANJA²³⁹

Izbori su vreme kada se politika zgušnjava u vremenu i prostoru – to je vreme četvorogodišnjih preseka i proračuna, vreme kada građani presabiraju posledice svojih odluka, a političari pokušavaju da što više pojedinačnih jednačina završi u plusu ili bar na „pozitivnoj nuli“. Sa aspekta političkog komuniciranja, to je vreme kada svi akteri ulepšavaju svoje rezultate i povećavaju svoj značaj, istovremeno se boreći za novu podelu karata koja će odrediti naredni izborni ciklus. Dakle, izborne kampanje predstavljaju svojevrsni *trailer* (najavu) naših života u narednih godinama, pa je to zapravo najbolje vreme da svi podignu svoj glas i potraže 15 minuta slave. U ovom tekstu se bavimo svim onim kampanjama koje su usmerene na izbore i kojima različiti društveni akteri pokušavaju da povećaju svoj uticaj izbornim kontekstom u kome se nalazi društvo, ali koje ne spadaju u klasičnu stranačku ponudu. Ovaj fenomen smo nazvali parakampanjama, i u njih ubrajamo tri grupe različitih inicijativa: kampanje za izlazak na izbore, bojkotne kampanje i *policy profiling* kampanje (kampanje koje se bave određenim konkretnim temama koje nisu u dovoljnoj meri zastupljene u partijskim kampanjama ili zagovaraju interese koje...). Nov termin, koji možda nije najsrećnije izabran, uzet je zbog potrebe da se napravi razlika između kampanja civilnog sektora u vreme izbora i kampanja koje se dešavaju u neizbornom vremenu, kao i različitih fenomena koji spadaju u polje društvenog marketinga ili sličnih koncepata. Dakle, radi se o kampanjama koje se odvijaju paralelno sa izbornim kampanjama i koje svoju specifičnost imaju upravo zato što se oslanjaju na posebnost izbornog perioda. Unapred moramo i da priznamo jednu metodološku nedoslednost – u kontekstu bojkotnih kampanja razmatraćemo i neke stranačke kampanje (kampanje tzv. protestnih partija) koje smatramo vrednosno i logički bliskim kampanjama za bele listiće, koje nedvosmisleno spadaju u polje koje smo ogradili terminom parakampanje.

Parakampanje, dakle, predstavljaju uobičajenu pratnju izbornom ciklusu i cirkusu. Najčešće ih sprovode akteri civilnog društva (realno ili samo formalno nezavisni od političkih partija), međunarodne organizacije, a ponekad i sami državni organi ili regulatorna tela – dakle organizacije „koje se nalaze na marginama političkog mejnstrima i koje se sa etabliranim političkim partijama takmiče za uticaj i politički značaj“, pokušavajući da ospore dominantni uticaj „primarnog definisanja“²⁴⁰ (MekNejr, 2003: 163). Naša namera je da u ovom tekstu dublje analiziramo ove kampanje, njihove vrste, ulogu i značaj, kao i odnos prema klasičnim izbornim kampanjama koje sprovode političke partije.

GOTV KAMPANJE

GOTV (*get out the vote*) kampanje su nastale kao deo tradicionalnih (klasičnih) kampanja političkih partija, kao jedna od poslednjih faza u kampanji. Koncept kampanja koji je nastao u SAD početkom devedesetih, pojednostavljeno posmatrano se sastoji iz četiri osnovne faze:²⁴¹ a) istraživanje, b) identifikacija, c) komunikacija, i d) motivacija. U fazi istraživanja stranke rade paralelno na utvrđivanju ključnih problema koji muče njihove potencijalne birače, na ovaj način

²³⁹ Rad je nastao u okviru naučno-istraživačkog projekta Univerziteta u Beogradu - Pravnog fakulteta i Univerziteta u Beogradu - Fakulteta političkih nauka, "Konstitucionalizam i vladavina prava u izgradnji nacionalne države - slučaj Srbije", (evidencioni broj: 47026), koji finansira Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

²⁴⁰ Pod „primarnom definicijom“ se podrazumeva strukturiran i ograničen pristup medijima i moć da se odredi način na koji se interpretiraju određene teme; naravno, ova moć je uvek osporavana unutar političkog polja.

se priprema i istražuje materijal za izradu politika i rešenja sa kojima će se izaći pred građane u toku izborne kampanje. Faza identifikacije počinje neposredno pred raspisivanje izbora, kada se utvrđuje izborna istorija grupe glasača u izornoj jedinici, upoređuju se rezultati prethodnih izbora i utvrđuje izborni potencijal stranke ili kandidata. U ovoj fazi se doraduje elektronska baza sigurnih glasova, glasači se najčešće dele na sigurne glasače, neopredeljene i one koji se protive stranci (odnosno koji su sigurni glasači drugih stranaka ili kandidata). Faza komunikacije je najvidljivija za građane i obuhvata ono što se najčešće naziva „izborna kampanja“, namenjena je sigurnim i neopredeljenim glasačima. Izborna kampanja uključuje posrednu komunikaciju putem tradicionalnih (TV spotovi, radio, štampani mediji) i novih medija (*web sajтови*, internet televizija, internet radio i socijalne mreže), kao i direktnu komunikaciju, mitinge i kampanju od vrata do vrata. Faza motivacije je najznačajnija i ona podumeva pozivanje i izvođenje na glasanje onih glasača koji su u fazi identifikacije označeni kao sigurni ili potencijalni glasači. U okviru ove faze u samoj kulminaciji izborne kampanje izvode se GOTV kampanje, kako bi se što veći broj sigurnih glasača pozvao na glasanje. Tokom ove faze dominira direktna komunikacija, tada stranački aparati pokazuju svoju punu snagu, a građani su bombardovani telefonskim pozivima i sms porukama. Navedene četiri faze sa različitim varijacijama postoje i danas u svakom izbornom ciklusu, na varijacije utiče razvoj tehnoloških sredstava kojima se političke partije služe u kampanji, zatim stepen i opštost izbora na kojima stranka učestvuje, izborni sistem, itd.

Ovakav način realizacije kampanja u Jugoistočnu Evropu dolazi iz SAD preko programa za podršku zemljama u tranziciji kroz državne agencije, Nacionalni demokratski institut (NDI) i Međunarodni republikanski institut (IRI) koje rade na polju međunarodne pomoći političkim partijama (*international party aid*). NDI kroz obuku regionalnih instruktora prenosi znanje (*know-how*) na aktiviste političkih partija, koji dalje ubrizgavaju ovakav pristup u kapilarni sistem partija u Srbiji. Paralelno sa radom NDI i IRI realizuju se programi za podršku civilnom društvu u okviru kojih se realizuju GOTV kampanje.

Od izbora 2000. godine u Srbiji GOTV kampanje postaju prepoznatljive kao kampanje koje osmišljavaju i realizuju akteri koji nisu političke partije, već različite organizacije civilnog društva, neformalne grupe, društveni pokreti, fondacije, mediji itd. Opravdanost inicijativa se najčešće opisuje potrebom za većom participativnošću građana u glasanju, posredno u procesu donošenja odluka, a sve u svrhu povećanja demokratičnosti (otuda se GOTV kampanje mogu formalno svrstati u tzv. benevolentne kampanje). Ovakva vrsta aktivnosti oslonjena je na stavove da se povećanim učešćem na izborima ispunjavaju društvene i socijalne funkcije i da velika participacija građana garantuje bolju artikulaciju političkih interesa, a samim tim njihovu bolju integraciju u društvenu i političku zajednicu. Mimo prethodnog užeg određenja, GOTV kampanju, dakle, možemo definisati kao skup aktivnosti koje izvode akteri koji nisu političke partije u vreme izbornog ciklusa sa ciljem povećanja izlaznosti građana na birališta.

Možemo napomenuti da se GOTV kampanje kao motivišuće za građane, ne izvode u državama čiji izborni sistem ima institut obaveznog glasanja. U ovim sistemima se samo učešće građana na izborima posmatra kao zakonska obaveza, koja u slučaju neispunjenja povlači određenu sankciju u vidu administrativnih zabrana prilikom izdavanja pasoša ili vozačke dozvole (npr. Belgija, Singapur, Finska, Australija). U državama koje propisuju obavezno glasanje, izlaznost glasača dostiže i za srpske uslove magičnih 90% (Kasapović 2003: 249-250).

Prilikom osmišljavanja GOTV kampanje najčešće se polazi od pretpostavke da je potrebno pozvati mlade glasače (eng. *first-time-voters*, oni koji su prvi put stekli zakonsku mogućnost da glasaju)

²⁴¹ Na samu strukturu i način realizacije izbornih kampanja utiče pre svega izborni sistem, za koji nivo vlasti se organizuju izbori, kako se finansira kampanja, itd.

da na dan izbora ne dozvole da neko drugi odlučuje u njihovo ime. Kao ciljnu grupu GOTV kampanje imaju ne-glasače, odnosno one građane i građanke koji ne izlaze na izbore. Najčešći su tradicionalni pristupi kroz distribuciju štampanih materijala (posteri, banderole, brošure, leci i nalepnice) kojima se na kreativan način predstavlja glasanje i proces odlučivanja (npr. Moj glas, Znam gde izlazim u nedelju...). Zajedno sa kreativnim dizajnom organizuju se događaji koji su namenjeni privlačenju pažnje medija i ciljne grupe kojima je kampanja namenjena (performansi kojima se ukazuje na bitnost učestvovanja u izborima sa javnim ličnostima, post-izborne besplatne žurke na koje je moguće ući ako na prstu postoji trag od UV spreja sa glasačkog mesta; dnevni štandovi na kojima se dele promotivni materijali, itd...)

Sasvim je opravdano da postavimo pitanje o tome koliko su GOTV kampanje povezane sa strategijama političkih partija i da li se pozivanjem na glasanje želi samo učiniti opšte dobro za zajednicu, ili pak pomoći jednom kandidatu odnosno određenoj političkoj partiji. Da li GOTV kampanje dolaze iz istih „kuhinja“ u kojima se pripremaju kampanje stranaka sa ciljem da „prikupe“ one glasače koje ne pogađaju slogani partija? Potpuno je jasno da sve GOTV kampanje koje su vođene za septembarske predsedničke izbore 2000. godine najviše koristile kandidatu tadašnje koalicije DOS Vojislavu Koštunici.²⁴² Od tada do danas GOTV kampanje su pretrpele različite promene zbog promena unutar političkog sistema kao i zbog sve veće upotrebe internet tehnika u motivaciji glasača. Kampanju za parlamentarne izbore 2007. i 2008. godine je obeležila GOTV kampanja čiji će slogan „Evropa nema alternativu“ još dugo biti korišćen u političkim raspravama između evroentuzijasta i evroskeptika srpske političke scene. Ova GOTV kampanja je takođe više koristila koaliciji „Za Evropsku Srbiju“, koja je i osvojila najveći broj mandata na izborima za narodne poslanike 2008. godine. U periodu od 2000. godine do 2012. godine nije ostala upamćena ni jedna značajnija GOTV kampanja koja je bila namenjena „ne-evropski“ orijentisanim glasačima u Srbiji, verovatno zbog drugačije orijentisanih organizacija unutar tog dela civilnog društva.

Kod GOTV kampanja postavlja se i pitanje opravdanosti, odnosno da li je uopšte primereno pozivati pojedince da izađu na izbore i glasaju, ako se uzima u obzir da je glasanje definisano kao izborna prava, a ne zakonska obaveza, odnosno da ne postoji sankcija za neizlazak na izbore. Kao argumenti protiv većeg učešća građana na izborima navodi se da je funkcija izbora da kao krajni produkt daju funkcionalnu i legitimnu vlast koja će u određenom vremenskom periodu upravljati državom. Maksimalnim učešćem građana na izborima može se povećati šansa da u predstavnička tela uđu ekstremne ili radikalne stranke koje negativno utiču na stabilnost; drugim rečima, za demokratsko uređenje apstinencija je ponekad korisna. Sledeća vrsta kritika upućena na račun GOTV kampanje se odnosi na bliskost sa pojedinim kandidatima i političkim partijama. Ovo pitanje dobija poseban značaj kada se uzme u obzir da su neke od GOTV kampanja izvođene u vreme izborne tišine. Naime, Zakonom o izboru narodnih poslanika je definisano da je u vreme izborne tišine zabranjena izborna propaganda, održavanje javnih skupova i objavljivanje procene izbornih rezultata. Dozvoljeno je međutim izveštavanje o vremenu održavanja izbora (otvaranje i zatvaranje biračkih mesta) i mestu glasanja. U okviru ovih pravila tumači se kao dozvoljeno pozivanje građana da iskoriste svoje „zakonsko pravo“ i izađu na izbore. U ovako definisanim zakonskim „pravilima igre“ opravdano je postaviti pitanje da li je „fer“ to što su se pred drugi krug predsedničkih izbora 2004. godine (Tadić vs. Nikolić) pojavili plakati, sa natpisom „Izađi i Bori se“. Ovako direktne poruke upućene pod „plaštom“ benevolentne GOTV kampanje utiču na to da građani gube poverenje u pokretače inicijativa za povećani izlazak građana na izbore. Tome posebno doprinose i kritike koje dolaze od strane izbornih štabova kandidata i političkih partija kojima ovakve kampanje donose više štete nego koristi.

²⁴² U tom periodu je važila formula da od 10 novoizašlih glasača, 8 glasa za predsedničkog kandidata DOS.

GOTV kampanje u 2012. godini nisu imale ovako ekstremne primere, i više su poprimile oblik *policy profiling* kampanja u kojima su nevladine organizacije i mediji pokušavali da približe političku ponudu glasačima, drugim rečima da o određenim socijalno-političkim temama „isteraju na čistač“ glavne političke aktere. O uspešnosti GOTV kampanje delimično govore procenti izlaznosti građana na izborima (Tabela 1). Nažalost nije moguće sprovesti detaljnu evaluaciju delotvornosti GOTV kampanje, koja bi dala odgovor na pitanje zašto je neko glasao, kao što i evaluacija partijskih kampanja može da se uradi tek sa delimičnim uspehom.

Stiče se utisak da je izborna kampanja pred majske izbore 2012. godine potpuno prepuštena političkim partijama. Gotovo da nije bilo značajnijih GOTV kampanja koje bi vodili glavni igrači iz nevladinog sektora. Iskazana je jasna tendencija preseljenja GOTV kampanja iz *offline* u *online* svet, pod opravdanjem da je uz manje sredstava putem interneta lakše (i jeftinije) doći do većeg broja mladih, a i *first time voters* su više *online* nego drugi birači. Ovo se može objasniti slabijim interesovanjem donatora za finansiranje GOTV kampanja i tehnički lakšom realizacijom kampanje na internetu, nego organizacijom okruglih stolova, omladinskih karavana, diskusija i događaja na teritoriji cele Srbije. Možemo i pretpostaviti da je došlo i do „sazrevanja“ političke kulture i stabilizacije prilika na političkoj sceni u Srbiji. Glavne donatorske organizacije za pomoć demokratskoj tranziciji, koje su u preiodu posle 2000. godine bili glavni finansijeri GOTV kampanja, imaju manje fondova opredeljenih za region Zapadnog Balkana zbog finansijske krize u njihovim matičnim zemljama i zbog otvaranja novih „frontova“ u zemljama Magreba koje su „razdrmane“, „Arapskim prolećem“ početkom 2011. godine

Tabela 1 – Izlaznost birača na parlamentarnim izborima u Srbiji nakon 2000. (izvor RIK)

Izbori za narodne poslanike	Broj glasača	Broj glasača koji su glasali (%)	Nevažeći listići (%)
Decembar 2000. godine	6.508.856	3.752.170 (57,65%)	89.800 (2,39%)
Decembar 2003. godine	6.511.450	3.825.471 (58,75%)	49.755 (1,3%)
Januar 2007. godine	6.653.851	4.033.586 (60,62%)	65.468 (1,62%)
Maj 2008. godine	6.749.688	4.141.176 (61,35%)	88.148 (2,13%)
Maj 2012. godine	6.770.013	3.912.904 (57,80%)	170.995 (4,37%)

Možemo predvideti da će GOTV kampanje koje sprovodi civilnog društvo i u kojima se poziva na izlazak na izbore polako nestati sa „švedskog stola“ kampanja u javnosti Srbije. GOTV kampanje će se transformisati u *policy profiling* kampanje kako bi se najvažniji izborni akteri (političke partije) naterale da pruže konkretne predloge praktičnih politika za rešavanje problema različitih društvenih grupa što bi moglo da zainteresuje veći broj birača da se pojave na biralištima.

BOJKOTNE KAMPANJE

Bojkotne kampanje nisu uobičajene u razvijenim demokratijama, jer se pretpostavlja da su izbori najvažniji (a ujedno i legitiman) mehanizam institucionalnog uticaja na upravljanje državom. Međutim, u nedemokratskim društvima, a naročito u sistemima kompetitivnog autoritarizma (za detaljnije videti Pavlović, Antičić, 2007), pod kojim podrazumevamo sisteme koji imaju legitimisane izbore na kojima je unapred poznat pobednik ili u kojima je jedna opcija značajno favorizovana, često se javljaju ovakve inicijative. Njihova osnovna ideja je da su ovakvi izbori nedemokratski i da samim učestvovanjem opozicija daje legitimitet postojećem režimu. Slabost ovog argumenta proizilazi iz istorijskog iskustva da se ovakvi hibridni režimi najlakše (jedino?) pobeđuju u izbornim arenama o čemu svedoče primeri Srbije ili Ukrajine. Naravno, ne sme se zaboraviti da je ove pobeđe nužno odbraniti vaninstitucionalnim mehanizmima borbe (više o ovome videti u Spasojević, 2010).

Kada već govorimo o konkretnim primerima, najpoznatiji primer bojkota izbora u Srbiji desio se na parlamentarnim izborima 1997. godine kada su Demokratska stranka, Demokratska stranka Srbije, Građanski savez i još 7 partija organizovale bojkot parlamentarnih izbora uz sledeće obrazloženje – „Budući da i posle mesec i po dana od potpisivanja dokumenta o minimalnim uslovima za izlazak na izbore, režim u Srbiji nije ispoštovao nijednu tačku dokumenta, nego je još i sa svojim satelitskim strankama, zloupotrebom većine u parlamentu, promenio broj izbornih jedinica s devet na 29, deset opozicionih stranaka – potpisnica ugovora odlučile su da ne učestvuju na narednim izborima i da stupe u antiizbornu kampanju“.²⁴³

Važno je istaći kontekst u kome su se održavali izbori – naime, godinu dana pre održani su čuveni lokalni izbori, nakon kojih je Miloševićev režim pokušao da prekroji izbornu volju što je dovelo do višesemečnih građanskih protesta tokom zime 1996/97. Formalni ishod protesta je tzv. *Lex specialis* i priznavanje izborne pobeđe opozije u skoro svim većim gradovima u Srbiji, dok se u dugoročne važne posledice ubraja činjenica da je Milošević po prvi put poražen na izborima, te da je opzicija „otkrila“ uspešan model borbe protiv režima. Takođe, stvaranje snažnog građanskog pokreta pokazaće svoju snagu tri godine kasnije. Uglavnom, ovakvo iskustvo na izborima rezultiralo je opštim nepoverenjem u izborne procedure i željom da se izbornim bojkotom postigne promena izbornih pravila. Ova odluka otvorila je brojne debate, kako u javnosti, tako i među strankama, pa tako list „Naša borba“ objavljuje pismo čitaoca koji smatra da je bojkot loš izbor:

“Nerealna su isto tako očekivanja da će stranka koja ima apsolutnu većinu u skupštini da se sažali na opozicione stranke i da će doneti zakon o izbornim jedinicama koji bi njima više odgovarao“; “Odluka o bojkotu izbora jedino će pomoći vladajućoj koaliciji da dobije još jedan mandat u republičkoj skupštini sa apsolutnom većinom, dakle još četiri godine vladavine bez prave kontrole.“²⁴⁴

Međutim, opozicija nije bila jedinstvena, pa su na izborima učestvovali Srpski pokret obnove i Srpska radikalna stranka koji su osvojili značajan broj glasova (SRS 1.162.216, SPO 793.988). Inače, na ovim izborima je izabran saziv parlamenta koji će izabrati tzv. Prelaznu vladu nakon 5. oktobra 2000.

Nasuprot bojkotnim kampanjama u pseudo-demokratijama, u savremenim, a naročito u tranzicionim demokratijama javljaju se nešto drugačiji oblici iskazivanja nezadovoljstva. Naime, ishodi tranzicionih procesa u postkomunističkim društvima nisu u dovoljnoj meri zadovoljili građane i ispunili njihova očekivanja. Zapravo, iako se može govoriti o konsolidovanim demokratijama u bar desetak istočnoevropskih zemalja, mnoge od njih (a naročito one koje su manje uspešne u ovom procesu poput većine republika bivše Jugoslavije) pokazuju značajne demokratske deficite. Na primer, u Sloveniji se često otvara pitanje slobode štampe, u Poljskoj su ljudska prava seksualnih manjina pod stalnim pritiskom Katoličke crkve, dok se u baltičkim zemljama sistemski ugrožavaju prava ruske manjine. Sa druge strane, razvijene stare demokratije su se u poslednje dve decenije, a naročito nakon svetske ekonomske krize suočile sa rastućim nezadovoljstvom prema postojećim političkim akterima.

U izbornom procesu se ovo nezadovoljstvo izražava kroz različite oblike protestnog glasanja, u koje najčešće spadaju tzv. prazni ili beli glasovi i protestno glasanje za male partije radikalne leve ili desnice. Ovde je najčešće reč o izražavanju nezadovoljstva celokupnom političkom ponudom („svi političari su isti“), pa se glas pretvara u nevažeći listić ili se daje totalnim autsajderima bez obzira da li se glasač slaže sa njihovom platformom ili ne. Važno je istaći da

²⁴³ http://www.danas.rs/danasrs/politika/bojkot_izbora_i_antiizborna_kampanja.56.html?news_id=104949 (pristupljeno 15.5.2012).

²⁴⁴ <http://www.yurope.com/nasa-borba/posta/9/0052.html> (pristupljeno 15.5.2012).

protestno glasanje uključuje brojne varijacije, kao i da se beli glasovi s pravom svrstavaju u ovaj kontekst iako je reč o glasanju ni za koga, odnosno o bojkotu izbora nasuprot glasanju za neku političku partiju (ova razlika nije zanemarljiva, ali smatramo da je ovde važnija bliskost motiva i vrednosnih utemeljenja). Sa druge strane, jedan od kriterijuma razlikovanja može biti shvatanje da je protestno glasanje „glasanje za neku drugu partiju kako bi se time poslala informacija o nezadovoljstvu partijom koja predstavlja prvi izbor“ (Kselman, Niou 2011: 397), dok su beli glasovi rezultat opšteg nezadovoljstva. Ipak, pravljenje ove razlike nije od suštinskog značaja za temu. Možemo pretpostaviti da svi birači imaju neku stranku koja im je najbliža ili bar najmanje daleka, pa bi u svakom slučaju mogli da tvrdimo da ne postoji potpuno i stranački neutralno nezadovoljstvo. Konačno, protestno glasanje postaje sve приметnije na lokalnim izborima ili na izborima za evropski parlament koje građani smatraju manje važnim pa se osećaju slobodnijim da iskažu složenost svojih stavova i da glasove daju onima za koje ne bi glasali na parlamentarnim izborima. Tako, na primer, italijanski komičar Bepe Grilo (Beppe Grillo) postiže značajne rezultate na lokalnim izborima u Italiji na antikorupcionaškoj platformi i na zalaganju protiv mera štednje (koje su zagovarale *mainstream* stranke).²⁴⁵

Mirjana Kasapović u Izbornom leksikonu pod pojmom Nebirač (eng. *nonvoter*) navodi da se „tradicionalno smatralo da su nebirači politički nezainteresovani i apatični. Ali novija istraživanja pokazuju da je među nebiračima sve više onih koji su politički zainteresovani i nezadovoljni, pa je apstinencija izraz njihovog svesnog političkog izbora. U odnosu prema celom periodu posle Drugog svetskog rata, „stranke nebirača“ znatno su se povećale: u Austriji sa 6% na 18%, u Finskoj na 22% na 29%, u Francuskoj sa 22% na 31%, u Irskoj na 26% na 34%“ (Kasapović, 2003: 240).

Iz ovog rastućeg rezervoara glasača podršku počinju da dobijaju *protest parties* (političke partije protesta) koje je teško svrstati u tradicionalnu matricu političkih partija. Npr. u Švedskoj i Nemačkoj se kao treća ili četvrta po snazi izdvaja Piratska partija. Ove stranke su karakteristične za društvene periode dubokih socijalnih, ekonomskih i moralnih kriza u kojima tradicionalne partije nisu u stanju da artikulišu društvene tenzije u postojeće institucionalne kanale za rešavanje sukoba (sličan mehanizam doveo je do pojave zelenih partija u 70-tim godinama prošlog veka). Karakteristično za partije protesta je da u pitanje dovode fundamentalne odrednice političkog sistema i u prvi plan stavljaju nezadovoljstvo postojećom političkom ponudom.

Važno je napraviti i kontekstualni okvir za protestno glasanje. Naime, savremeni partijski sistemi sve više iskazuju karakteristike kartelizovanog političkog tržišta. Pod kartelizacijom partijskog sistema podrazumevamo stvaranje ograničenog političkog tržišta u kome je mogućnost za ulazak novih aktera značajno umanjena i u kome je putem nepisanog dogovora uspostavljen mehanizam podele plena između aktuelnih relevantnih partija (vlasti i opozicije). Iako je ovaj fenomen nastao u starim demokratijama, tek se u postkomunističkim društvima iskazao njegov sinergetski efekat sa drugim antidemokratskim karakteristikama tranzicionih društava – „karakteristika novih demokratija je kontinuirani proces uspostavljanja opštih pravila igre (ne samo u politici), što omogućava trenutnim akterima da ih kreiraju prema svojim potrebama. Stoga je kartelizacija u novim demokratijama mnogo opasnija za demokratske kapacitete ovih društava u odnosu na njen štetan uticaj u starim demokratijama“ (Spasojević, 2010b: 159). U strukturne preduslove kartelizacije spadaju i veliki javni sektor (velika količina plena koja se deli među strankama), kao i značajan udeo državnog finansiranja rada političkih stranaka.

U Srbiji se kao protestna partija pojavljuje stranka NOPO – Nijedan od ponuđenih odgovora. Sama registracija i kandidatura ove partije izazvala je polemike u javnosti. Naime, NOPO je

²⁴⁵ <http://www.guardian.co.uk/world/2012/may/08/anti-austerity-italian-local-elections>

registrovana kao politička partija nacionalne manjine Vlaha i u registar političkih stranaka upisana pod brojem 74. u toku 2010. godine. Sam lider stranke je u više intervjuja objasnio da je odlučio da registruje stranku nacionalne manjine zbog manje potrebnih potpisa za registraciju stranke. Zakonom o registraciji političkih partija propisuje se da je za registraciju političke partije potrebno 10.000 overenih potpisa građana Srbije, a da je za registraciju političke partije nacionalne manjine potrebno 1.000 potpisa (kao jedan od argumenata u kampanji za bele listiće pominje se i otežana registracija stranke). NOPO gotovo da nije ni imala nikakvu kampanju, ali je uspela da dobije dovoljno glasova kao i da preskoči prirodni prag od 0,4% glasova i dobije jedan mandat u parlamentu. U vezi sa strankom NOPO pojavile su se dve vrste opravdanih kritika. Prva kritika se ticala dileme da li pripadnici većinskog naroda mogu da registruju stranku nacionalne manjine i time zloupotrebljavaju afirmativne mere, koje su propisane kako bi se povećalo učešće manjina u političkom životu? U javnosti su se mogli čuti zahtevi da su državni organi obavezni da spreče ovakvu vrstu pojava. U samom sistemu ne postoje jasni mehanizmi kako bi se ovakva zloupotreba mogla sprečiti, osim jednog koji je propisan Zakonom o izboru narodnih poslanika u članu 81,²⁴⁶ u kome stoji da: „O tome da li podnosilac izborne liste ima položaj političke stranke nacionalne manjine, odnosno koalicije političkih stranaka nacionalnih manjina odlučuje Republička izborna komisija pri proglašenju izborne liste, a na predlog podnosioca izborne liste koji mora biti stavljen pri podnošenju izborne liste“. Druga dilema je bila u vezi sa obavezom RIK da reaguje i ne proglaši listu NOPO za parlamentarne izbore u Srbiji. O ovome je na sajtu Peščanik pisala Vesna Rakić Vodinelić navodeći da RIK nije imao osnova da proglaši listu NOPO.²⁴⁷

Za nas je, međutim, mnogo interesantnija kampanja tzv. „belih listića“. Pre svega, reč je o decentralizovanoj kampanji, svojevrsnom društvenom pokretu koga je činilo više grupa koje su zagovarale glasanje protiv svih putem poništavanja listića pisanjem poruka, crtanjem ili na druge načine. Slučaj gospođe koja je pojela glasačke listiće uz čašu jogurta svakako predstavlja najinventivnije belo glasanje. Inicijalna ideja o belim listićima se u javnosti pripisuje Srbijanki Turajlić, Biljani Srbljanović i Vesni Rakić-Vodinelić koje su u različitim trenucima i uz različitu argumentaciju iznele argument u prilog belih glasova. Ove tri zastupnice (iako su dve u toku kampanje izjavile da bi ipak glasale u drugom krugu predsedničkih izbora), zajedno sa drugim istaknutim zagovornicima (Vesna Pešić, Srđa Popović, Vladimir Pavićević, Vladimir Milutinović, itd.) značajno su doprinele tome da se beli listići percipiraju kao kampanja liberalno-građanske opcije koja je nekada bila deo LDP ili GSS. Ovo nije neobično s obzirom na snažnu demokratsku argumentaciju na koju se kampanja oslanjala. Pre svega, razlozi za bele glasove traženi su u partokratizaciji („partitodespotiji“ po Vladimiru Goatiju) Srbije, odnosno o prevelikom uticaju partija na svakodnevni život i njihovoj nadmoći nad institucijama koje bi trebalo da budu nezavisne i sposobne da nametnu svoja pravila (kao primer se često uzimala nemoć sudstva i njegova neuspešna reforma). Pored toga, ukazivalo se na premali značaj ideologija za partije i sposobnost da svako pravi koalicije sa svakim. U drugoj fazi se argumentacija oslanjala i na ideju o kartelizaciji partijske scene i tvrdnje da je novim zakonom o političkim partijama podignut prag za osnivanje partija čime je uz dogovor vlasti i opozicije „zacementirana“ partijska scena Srbije, kako bi se „plen“ (javna preduzeća i javna dobra) posle izbora delio na manje delove.

²⁴⁶ Zakon o izboru Narodnih poslanika član 8: U raspodeli mandata učestvuju samo izborne liste koje su dobile najmanje 5% glasova od ukupnog broja glasova birača koji su glasali u izbornoj jedinici. Političke stranke nacionalnih manjina i koalicije političkih stranaka nacionalnih manjina učestvuju u raspodeli mandata i kad su dobile manje od 5% glasova od ukupnog broja birača koji su glasali. Političke stranke nacionalnih manjina su sve one stranke čiji je osnovni cilj predstavljanje i zastupanje interesa nacionalne manjine i zaštita i poboljšanje prava pripadnika nacionalnih manjina, u skladu s međunarodnopravnim standardima. O tome da li podnosilac izborne liste ima položaj političke stranke nacionalne manjine, odnosno koalicije političkih stranaka nacionalnih manjina odlučuje Republička izborna komisija pri proglašenju izborne liste, a na predlog podnosioca izborne liste koji mora biti stavljen pri podnošenju izborne liste.

²⁴⁷ <http://pescanik.net/2012/05/pravosude-izborne-komisije-vlasi-doka-deja-vu/> (pristupljeno 6.6.2012).

Možemo reći i da je kampanja za „bele listiće“ svoju podršku tražila u „nebiračima“ koji su (veoma) zainteresovani za politička dešavanja, ali potpuno nezadovoljni političkom ponudom. Kampanja belih listića u Srbiji razvijala se u dva najznačajnija pravca: prvi je pravac „kažnjavanja“ određenih političkih partija zbog izneverenih očekivanja iz prethodnog mandata, dok se drugi pravac tiče protestne poruke svim političkim akterima da postoji nezadovoljstvo političkom ponudom i ustrojstvom političkog sistema u Srbiji.

Heterogenost zagovornika belih listića nije samo karakteristika izbora u Srbiji. Tako Nou i Kselman ukazuju da je „protestno ponašanje relativno jasno: njime se komunicira sa političkom elitom da jedan deo biračkog tela nije zadovoljan statusom quo, ali ne daje dovoljno tačnih podataka šta je potrebno promeniti u ponašanju elita kako bi se zadovoljili nezadovoljni glasači (Kselman, Nou, 2011: 397). U tome zapravo leži i najveća slabost belih listića, jer je nemoguće utvrditi razloge zbog kojih su građani tako glasali, te da li su njihovi motivi identični motivima javno profilisanih zagovornika ove pozicije. Načelno, ovde se javlja klasičan problem prelaska iz negativnih (protiv nečega) ka pozitivnim incijativama jer je teže napraviti konsenzus oko rešenja, nego oko kritike lošeg stanja.

POLICY PROFILING – PROFILISANJE POLITIČKE PONUDE

Konačno, nasuprot GOTV i bojkotnim kampanjama stoje kampanje usmerene na promovisanje određenih tema ili određenih stanovišta o tim temama. U političkoj teoriji se koristi i termin *issue advocacy* pod kojim se podrazumeva zagovaranje ili promovisanje određenih tema ili stavova u vezi sa određenim društvenim i političkim pitanjima.

Opet, čini se da je najvažnije odrediti kontekst ovih kampanja. U razvijenim demokratijama reč je o klasičnom zagovaranju od strane civilnog društva. Ovo zagovaranje ima za cilj da poveća značaj određene teme, kako bi političke partije bile motivisane da se politički odrede. Klasičan „istorijski“ primer ovoga bi bile ekološke ideje koje su prvo promovisali ekološki pokreti iz kojih je kasnije nastala Zelena partija, da bi konačno sve partije prihvatile bar neki deo ekološke platforme.

U tranzicionom, a naročito srpskom okviru, *policy profiling* kampanje imaju nešto drugačiji značaj. Naime, komparativna istraživanja ukazuju da se partijski sistemi postkomunističkih društava razvijaju u određenim fazama koje proizilaze iz društvene strukture nasleđene iz komunizma (za detaljnije videti Bielasiak, 1997). Ukratko, to podrazumeva da se političko i ideološko profilisanje partija ne događa preko noći već u dijaloškom procesu formulisanja partijskih pozicija simultano sa razgradnjom homogene društvene strukture i stvaranjem srednjih (*mezzo*) nivoa organizovanja (interesno organizovanje). Takođe, reč je o procesu prelaska sa „politike simbola“ (pitanja društvenog identiteta i pripadnosti), na „politiku interesa“ (artikulacija socio-ekonomskih pitanja). Ovaj prelazak ujedno označava i uspostavljanje institucionalizovanog i stabilnijeg partijskog sistema, ali i stabilnijeg demokratskog poretka.

U konkretnom primeru Srbije, nakon izbornog ciklusa 2007/08. u kome su dominirale velike identitetske teme formulisane u „kosovo-centričnoj“ i „evro-centričnoj“ politici, očekivalo se da ove velike teme imaju sve manje značaja, te da se stranke konačno profilišu i kroz stavove o konkretnim javnim politikama i značaju koji pridaju različitim oblastima. *Policy profiling* javne kampanje zapravo odgovaraju na ovo očekivanje i na ukazani politički prostor.

Primer najopštije parakampanje ovog tipa je kampanja SmartKolektiva i DokuKina „Da se razumemo“ čija je ideja da se građani putem nekoliko kratkih spotova i debata upoznaju sa osnovnim ideološkim pozicijama partija i njihovim stavovima u vezi sa konkretnim pitanjima. Sličnu ideju predstavljaju i politički kompasi, odnosno *online* aplikacije koje su imale za cilj da

građanima pomognu prilikom izbora. Ovakva praksa je uobičajena u razvijenim demokratijama, pa se „virtuelno izborni savetovalište“ još od 1998. godine redovno koristi na izborima u Nemačkoj (Kamps, 2011: 307). Kod nas su dnevne novine Blic i sajt Instinomer ponudili čitaocima da odgovore na određeni broj političkih pitanja nakon čega bi softver ponudio bliskost ličnih uverenja sa stranačkim stavovima (ovu praksu je kod nas uvela Inicijativa mladih za ljudska prava na izborima 2007/08). Sa aspekta političkih nauka zasigurno je reč o intrigantnom fenomenu. Pre svega, stranke su u određenoj meri učestvovali u formiranju odgovora što je povećalo pouzdanost; sa druge strane, ova mogućnost se može razumeti i kao želja da se stranke politički profilisu u odnosu na konkretna pitanja, čime bi se građanima ponudili jasniji planovi nasuprot opštih (ali neophodnih i neizbežnih) floskula kao što su „istina“, „promene“ ili „bolji život“. Međutim, ovde se uplićemo u začarani krug – ukoliko stranke nisu profilisane, kako ih ideološki razdvojiti u upitniku?

Na ovo pitanje odgovaraju kampanje poput one za „ekspertsku“ a naročito „žensku“ vladu koju sporovodi list Blic promovišući uspešne stručnjake među ženama. Verovatno najpoznatiji skup kampanja za profilisanje određene politike su ona koje se bavi najmlađim naraštajem – bebama. Već nekoliko godina NVO Bebac zagovara smanjenje PDV na opremu za bebe i ta kampanja je (oslanjajući se na uspeh i medijski prostor „Bitke za bebe“) imala dosta uspeha pred poslednje parlamentarne izbore. Slično agitovanje predstavlja i zagovaranje Koalicije mladih Srbije za Ministarstvo za mlade, kao i za otvaranje velikog broja kancelarija za mlade širom Srbije. „Mladi pišu agendu za novu vladu“ je kampanja realizovana kao serija debata od strane grupe omladinskih nevladinih organizacija u kojima su mladi razgovarali sa kandidatima na četiri teme koje su važne za mlade: obrazovanje, zdravlje, migracije i stanovanje . U sličnu grupu spada i kampanja „Reci ne“ koja se odnosila na protivljenje ukidanju Ministarstva nauke koje je pripojeno Ministarstvu prosvete kao jedan od retkih elemenata rekonstrukcije Vlade u martu 2011, kao i nastavak „sada da“ praćen zahtevom da u novoj vladi ponovo bude uvedeno Ministarstvo nauke. Kampanjom pokrenutom posle izbora 6. maja Policy centar okupio je organizacije koje se bave zaštitom ljudskih prava, političke partije nacionalnih manjina i predstavnike Saveta nacionalnih manjina kako bi uputio zahtev da nova vlada mora imati zasebno Ministarstvo za ljudska i manjinska prava.

Dakle, sve ove kampanje imaju za cilj da određene teme ili politike postanu okosnica vrednovanja političkih stanaka i nešto u odnosu na šta se stranke izjašnjavaju, pri čemu su mas-mediji ključni alat u popularisanju tema. Šojfel i Tjuksberi ovaj proces označavaju terminom *priming* – što podrazumeva da „sadržaj vesti sugerise publici da bi trebalo da koriste teme koje čine vest kada procenjuju performanse lidera ili vlada“ (pogledaj Scheufele & Tewksbury, 2007: 11).

ZAVRŠNE NAPOMENE

U ovom radu pokušali smo da analiziramo veliki broj kampanja koje se izvode u vreme izbora sa namerom da taj kontakt pojača njihovo dejstvo usled usmerenosti čitavog društva na političke teme i povećanu rezonanznost političkih aktera. Ukazali smo na tri grupe kampanja – one koje zagovaraju izlazak na birališta, bojkotne kampanje i kampanje koje profilisu određene teme ili stavove u vezi sa javnim politikama. Smatramo da su parakampanje posebno značajan izborni fenomen i da imaju uticaj na izbornu odluku, onu prvobitnu o učestvovanju, kao i onu značajniju o tome kome dajemo glas. Konačno, u kontekstu institucionalizacije partijskog sistema u Srbiji i dalje konsolidacije demokratije, *policy profiling* kampanje imaju veliki značaj za uspostavljanje interesno zasnovanih veza između građana i političke sfere. Ova veza može predstavljati važan mehanizam političke odgovornosti, koja je preduslov da demokratija u Srbiji ode dalje od

izbornog nivoa. Zbog toga je važno uočiti da parakampanje, od kojih većinu sporovode akteri civilnog društva, ipak imaju uticaj na političke aktere i pored svog podređenog položaja.

LITERATURA

Bielasiak, Jack (1997) Substance and Process in the Development of Party Systems in East Central Europe, u *Communist and Post-Communist Studies*, Vol 30, No 1, The Regents of the University of California

Kamps, Klaus (2011) Internet i politika u Menadžment političke komunikacije, Ansgar Zerfaß i Mirosljub Radojković (ur.), Beograd: Konrad Adenauer Stiftung

Kasapović, Mirjana (2003) Izbrani leksikon, Zagreb: Politička kultura

Kselman, Daniel, Niou, Emeron (2011) Protest voting in plurality elections: a theory of voter Signaling u *Public Choice*, Vol. 148, New York, Heidelberg: Springer media, str. 395–418

McNair, Brian (2003) Introduction to Political Communication, London and New York: Routledge

Pavlović, Dušan i Slobodan Antičić (2007) Konsolidacija demokratskih ustanova u Srbiji posle 2000 godine. Beograd: Službeni glasnik

Scheufele & Tewksbury (2007) Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models, u *Journal of Communication* no. 57, International Communication Association, str. 9-20

Spasojević, Dušan (2010) Peti oktobar u kontekstu „šarenih revolucija“ u Pavlović, Dušan (ur.). Razvoj demokratskih ustanova u Srbiji: deset godina posle. Beograd: Fondacija Heinrich Böll, Regionalna kancelarija za Jugoistočnu Evropu u Beogradu, str. 53-63

Spasojević, Dušan (2010b) Političke partije kao prepreka u razvoju novih demokratija u Pavlović, ukašin (ur.). Kvalitet političkih institucija. Beograd: Fakultet političkih nauka Univerziteta, Centar za demokratiju, str. 149-165

ZORAN STOJILJKOVIĆ

SEEKING FOR THE SOLUTION TO THE ELECTORAL PUZZLE

Before the St. George's Day election 2012, the Friedrich Ebert Foundation and the Center for Democracy, Faculty of Political Sciences in Belgrade organized on 23rd of April the debate with a significant title – the question: Why am I voting, how I vote, if I vote at all?

The answer to this seemingly simple question or search for a solution to a complex electoral equations with several unknown that is placed before each voter is however one of the most complex questions of political sociology and the study of voting behavior.

During the debate, in the quest for full and detailed response over 30 participants and participants were involved. Organizers are very proud of the fact that in addition to already distinguished researchers and analysts of political phenomena, contribution to unraveling the puzzle of election that was given on behalf of researchers from the youngest generation – for the first time published in this volume.

At baseline, problem-oriented approach would have been methodologically most appropriate use of models in which the funnel of the broadest thematic framework is going to narrow circles and problem-specific issues.

The structure of the set as well as 19 items in this collection, because we situate the six thematic areas - concentric circles.

First, the key field of research as well as strategic analysis in pseophology – a relatively young discipline devoted to the study of voting behavior, is certainly the only quest in the broader normative and institutional, social, and political and cultural reasons, as well as direct factors, even, conjectural factors that are making electoral decisions.

To this challenging endeavor the works of Zoran Slavujević and Zoran Stojiljković are trying to respond.

Works that are dedicated to questioning the broader normative assumptions especially the impact of electoral legislation, value, and political-cultural correlates of electoral decision-making are of Milan Jovanović, Zagorka Golubović, Jasminka Dulić, Srećko Mihailović and Boris Aprčović.

The third circle of problem refers to the nature and content of political deals, but also (in)adequate demand in the political market – their variety of interest and (un)developed organizational infrastructure. The first group of questions consists of dilemmas of program priorities, for example in elections 2012 the dominance of economic issues was expressed, as well as the scope and diversity of deep differences between the solutions offered in exchange for the 18 parliamentary and 12 candidates in the presidential election. The second group consists of issues of controversy about the structure of the effective electorate – its values and social diversity and formed the scale of priorities of voters, especially when it comes to key issues such as the attitude toward (de) centralization, European integration and youth policy.

It is simply answering questions about what citizens want (expect, wish, or what they fear about) and is convincing what is offered to them in many varieties.

Issue papers of Vladimir Vuletić and Dragan Stanojević, Jovan Komsić, Slobodan Antonić and Ksenija Marković are devoted to these questions in this volume.

Fourth, we would say central field of study is considering the level of prevalence, development and coherence of (1) ideological orientation and (2) of party preferences and identification of the citizens of Serbia - the study of their social and (un)developed political and ideological values and profiles, belong to the works of Siniša Atlagić, Olivera Komar and Jelena Žegarac.

Fifth, to the media and to the public extremely attractive, but also theoretical-analytical highly contentious area of research are dilemmas of efficiency and “profitability” of the campaign. Actions and campaigns to influence voters’ electoral decisions are the focus of the works of Ana Stojiljković, Senka Ignjatović and Bojan Klačar.

Finally, the sixth and final part of the collection (texts of Slaviša Orlovića and Nenad Čelarević and Dušan Spasojević) deal with an analysis of citizens’ political capital – their political (de)motivation, (not) knowledge and (un)developed views on politics, formal and informal networks of influence and achieved political and wider social participation, and on the other hand – the analysis for reasons of political and electoral abstention.

In short, it is unfortunate that in Serbia all the dilemmas and the reasons for the dominant political passivity is powerlessness of the citizens.

If, for example in 2010, the distrust of political parties is higher – reaches 60% and never lower confidence – 11%, or if the parties whose activities shape the political institutions, six times more pronounced distrust than trust – justifiably raises the question why and with what energy, if not believing them, however, voters come out to the polls and vote for a particular party?

Seems to be too long that citizens with forced choice between the position and unconvincing opposition realized that the electoral abstention is still worse choice than unwillingness to vote.

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

316.648:342.8(497.11)(082)

316.658(497.11)(082)

324(497.11)"2012"(082)

ZAŠTO glasam kako glasam ako uopšte
glasam : zbornik radova sa konferencije /
[urednik Zoran Stojiljković]. - Beograd :
Friedrich Ebert Stiftung, 2012 (Beograd :
Grafolik). - 222 str. : graf. prikazi, tabele; 21 cm
Tiraž 300. - Str. 5-6: U traganju za
odgonetkom izborne slagalice / Zoran
Stojiljković. - Napomene i bibliografske
reference uz tekst. - Bibliografija uz većinu radova.

ISBN 978-86-83767-35-9

а) Политичко понашање - Србија - Зборници
б) Гласачи - Вредносна опредељења - Србија
- Зборници с) Избори - Србија - 2012 -
Зборници

COBISS.SR-ID 193186572



**ZAŠTO GLASAM
KAKO GLASAM
AKO UOPŠTE GLASAM**

ZBORNIK RADNOVA SA KONFERENCIJE

**FRIEDRICH
EBERT
STIFTUNG**



**CENTAR ZA
DEMOKRATIJU**