

# OKO IZBORA

---

Parlamentarni izbori u Republici Srbiji 16. marta 2014. godine

# 19

---

*Beograd, decembar 2014. godine*



**Izdavač:**

Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

**Urednik:**

Bojan Klačar

**Prelom i oblikovanje:**

Koncepta, Beograd

**Štampa:**

La Mantini, Beograd

**Tiraž:**

300 primeraka

CIP - Katalogizacija u publikaciji - Narodna biblioteka Srbije, Beograd

342.849.2(497.11)"2014"(082)

659.3/.4:342.8(497.11)"2014"(082)

32.019.5:342.8(497.11)"2014"(082)

OKO izbora 19 : parlamentarni izbori u Republici Srbiji 16. marta 2014. godine / [urednik Bojan Klačar]. - Beograd : Centar za slobodne izbore i demokratiju : Nacionalni demokratski institut za međunarodne odnose, 2014 (Beograd : La Mantini). - 123 str. : ilustr. ; 23 cm

Tiraž 300. - Str. 4-6: Predgovor / Bojan Klačar. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija uz većinu radova.

ISBN 978-86-83491-55-1

a) Избори - Србија - 2014 - Зборници б) Масовне комуникације - Избори - Србија - 2014 - Зборници с) Изборна кампања - Србија - 2014 - Зборници  
COBISS.SR-ID 212322060

**Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)**

Belimarkovićeva 9, 11 000 Beograd

Telefon: 011/285 2 886

011/285 2 887

e-mail: [cesid@cesid.rs](mailto:cesid@cesid.rs)

[www.cesid.org](http://www.cesid.org)

## SADRŽAJ

- 4 PREDGOVOR
- 7 PRAVNI, POLITIČKI I MEDIJSKI OKVIR IZBORA 2014  
Bojan Klačar, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)
- 11 IZBORNİ REZULTATI 2014: ŠTA SE DOGODILO SRBIJI?  
Zoran Stojiljković, Fakultet političkih nauka, Univerziteta u Beogradu
- 28 NOVAC I IZBORI Zoran Stojiljković, član Odbora Agencije za borbu  
protiv korupcije
- 49 CeSID I IZBORI 2014 Bojan Klačar i Ivo Čolović,  
Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)
- 57 MEDIJSKA IZBORNA MATRICA – POTVRDA 2014. Zoran Gavrilović  
i Dražen Pavlica, Biro za društvena istraživanja (BIRODI)
- 66 ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U KAMPANJI ZA IZBORE 2014  
Alisa Kockar i Milan Simonović, Fakultet političkih nauka,  
Univerziteta u Beogradu
- 84 PRILOZI
- 85 POLITIČKO POVERENJE Zoran Stojiljković, Fakultet političkih nauka,  
Univerziteta u Beogradu
- 104 PROFILI STRANAČKIH PRISTALICA U SRBIJI Đorđe Vuković,  
Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)
- 107 IZBORNE ORIJENTACIJE GRAĐANA SRBIJE OD 2000. GODINE  
Đorđe Vuković, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)
- 121 RANIJA I TRENUTNA IZBORNA OPREDELJENJA Đorđe Vuković,  
Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

## PREDGOVOR

Kao i prethodno izdanje, najnovija publikacija „Oko izbora” daje širok analitički osvrt ne samo na tok izbora za poslanike Narodne skupštine Republike Srbije održanih u martu 2014. godine, nego i na predizbornu kombinatoriku i na postizborne tendencije među političkim partijama, proistekle iz izbornih rezultata.

Predstavljeni podaci i komparativni primeri jasno govore o načinima na koje su političke partije pristupile organizovanju izbornih kampanja, prateći sve više opšte društvene trendove i šireći se na virtuelni svet. Pozitivne inovacije, kao što su javne debate „Reč na reč”, prvi put promovisane od strane Nacionalnog demokratskog instituta (NDI) i Centra za slobodne izbore i demokratiju (CeSID) tokom predizborne kampanje 2012. godine, i ovaj put su doprinele direktnijem informisanju građana o programima i planovima stranaka i kandidata za najviše predstavničko telo.

Iako su izbori sprovedeni uspešno i bez velikih neregularnosti na sam izborni dan, podaci govore da i dalje postoji dosta prostora za unapređenje izbornih pravila čime bi se dodatno smanjila mogućnost za potencijalne zloupotrebe, posebno kada su u pitanju korišćenje javnih resursa, finansiranje kampanja i uloga medija tokom predizborne kampanje. I sam izborni sistem, proporcionalan, sa zatvorenim listama i u okviru jedne izborne jedinice, nosi određena ograničenja i kao takav je predmet različitih kritika.

Želeći da doprinese uspostavljanju kvalitetne javne debate o izazovima koje nameće postojeći sistem i mogućim načinima da se njegovom reformom dođe do rešenja koja bi doprinela boljem predstavljanju građana Srbije u zakonodavnim telima, NDI saraduje sa većim brojem organizacija civilnog društva uključujući i CeSID, kao i sa stručnjacima i stručnjakinjama u oblasti izbornih sistema i sa političkim partijama predstavljenim u Narodnoj skupštini Republike Srbije. Pored pokretanja internet sajta Izborna reforma koji na jednom mestu objavljuje sadržaje u vezi sa ovom temom i većeg broja okruglih stolova i medijskih brifinga, Institut je u saradnji sa partnerima objavio više štampanih i elektronskih publikacija koje razmatraju efekte postojećeg izbornog sistema i nude preporuke za njegova poboljšanja u oblastima kao što su izborna administracija, kontrola i nadzor nad finansiranjem političkih partija i ravnopravno reprezentovanje muškaraca i žena i nacionalnih manjina.

U tom smislu, najnovije izdanje publikacije „Oko izbora” predstavlja značajan doprinos prikupljanju činjenica i podataka na kojima se može graditi argumentacija u debati o modelu izbornog sistema kakav je potreban Srbiji da bi učvrstila demokratske institucije i procedure izgrađene u prethodnih četrnaest godina.

Nenad Belčević i Lidija Prokić

Nacionalni demokratski institut – Program u Srbiji

---

<sup>1</sup> [www.izbornareforma.rs](http://www.izbornareforma.rs)

Parlamentarni izbori u Srbiji koji su održani 16. marta 2014. godine deseti su po redu od uvođenja višestranačja 1990. godine. Računajući i ovaj izborni ciklus, redovni izbori do sada su održani tri, a vanredni sedam puta. Na 19 lista koje je proglasila Republička izborna komisija (RIK) nalazilo se 3.020 kandidata, koji su se nadmetali za 250 mesta u Narodnoj skupštini. Na izborima je pravo glasa imalo 6.765.998 građana.

Izbori su održani posle nepune dve godine od prethodnih (opštih) izbora, koji su održani 6. maja 2012. godine. Protekli su, kao i prethodni, u atmosferi velike finansijske krize, recesije i napora da se omogući kakva-takva ekonomska konsolidacija države. Međutim, ovi izbori su imali i svoje specifičnosti, jer se Srpska napredna stranka nametnula kao apsolutni favorit što se na kraju, kroz izborni rezultat, i obistinilo. Oni su u javni diskurs nametnuli borbu protiv korupcije, „tajkuna“ i organizovanog kriminala što im je i tokom neizbornog perioda čuvalo visok rejting. Stranke nekadašnjeg DOS-a su doživele težak izborni poraz: DSS, LDP i URS su ostali ispod cenzusa, dok su DS i novonastali NDS ostvarili veoma skroman izborni rezultat. Kampanja je trajala je 45 dana što je donja zakonska granica, bila je manje intenzivna nego ona iz 2012. godine. U medijskoj prezentaciji kampanje je dominirala, kako u redovnom, tako i u plaćenom programu – Srpska napredna stranka. Prve procene govore da je kampanja bila veoma skupa što je u periodu nakon izbora brojne stranke dovelo do finansijskih problema.

Publikacija „Okolo izbora“, koja se nalazi pred Vama, nastavak je višegodišnje izdavačke prakse Centra za slobodne izbore i demokratiju (CeSID) i ima za cilj da stručnoj javnosti, novinarima i građanima ponudi detaljan osvrt na sve relevantne aspekte izbornog procesa. Ovo je devetnaesto po redu izdanje od 1997. godine (do 2006. godine, CeSID je pratio izborni proces i u Crnoj Gori). Ovoga puta, publikacija je nastala kroz zajednički napor i podršku Nacionalnog demokratskog instituta za međunarodne odnose (NDI) kao dugogodišnjeg partnera i prijatelja naše organizacije.

Namera izdavača je bila da se publikacija ne štampa neposredno nakon izbora već da se sačeka formiranje novog saziva Narodne skupštine i nove vlade. Na taj način smo u analizu izbornog procesa uključili čitav post izborni kontekst, čime je čitava publikacija dobila dodatni kvalitet. Osim toga, u publikaciju su uključeni i najvažniji nalazi koje smo dobili kroz zajedničko istraživanje CeSID-a i NDI o stanju demokratije u Srbiji, a koje je realizovano u drugom delu izborne kampanje.

U ovoj publikaciji predstavljamo analize, podatke i zapažanja, do kojih su došli eksperti i saradnici CeSID-a, prateći desete po redu parlamentarne izbore u postkomunističkoj Srbiji.

Zoran Stojiljković, sa Fakulteta političkih nauka u Beogradu, analizira izborne rezultate 2014 – aktere i okolnosti i pritom, kroz istraživačke nalaze u drugom tekstu analizira procese političkog poverenja u Srbiji u dužem vremenskom kontinuumu. Treći tekst govori o ulozi novca u poslednjoj izbornoj kampanji kroz prizmu Izveštaja Agencije za borbu protiv korupcije o troškovima političkih stranaka.

Đorđe Vuković iz CeSID-a je takođe autor tri teksta u ovoj publikaciji: u prvom se bavi izbornim orijentacijama građana Srbije od 2000. godine, dok u drugom analizira profile stranačkih pristalica. Treći tekst se odnosi na analizu uticaja promene opredeljenja birača na izborne rezultate 2014. godine.

Bojan Klačar daje kratak presek političkog konteksta u kome su održani parlamentarni izbori 2014, da bi u nastavku (zajedno sa Ivom Čolovićem) predstavio brojne aktivnosti koje je CeSID kao organizacija uradio tokom izborne kampanje i na sam dan izbora.

U dva teksta koja se bave ponašanjem medija u izornoj kampanji, kolege Zoran Gavri-  
lović i Dražen Pavlica (Biro za društvena istraživanja – BIRODI) analiziraju ulogu TV  
u izornoj kampanji, a Alisa Kockar i Milan Simonović, studenti sa Fakulteta političkih  
nauka, se bave ulogom društvenih medija u izornoj kampanji 2014.

Nadamo se da će publikacija „Oko izbora 19“ biti od koristi svim akterima u javnom živo-  
tu Srbije, posebno stručnoj javnosti - od državnih institucija, preko političkih stranaka i  
medija, do organizacija civilnog društva.

Na kraju, CeSID još jednom zahvaljuje NDI na podršci i razumevanju za ovakav izdavački  
poduhvat.

U Beogradu, decembra 2014. godine

Bojan Klačar

Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

## PRAVNI, POLITIČKI I MEDIJSKI OKVIR IZBORA 2014

Bojan Klačar, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

Bez obzira na činjenicu da su prethodni izbori održani tek pre nepune dve godine, procena vladajuće koalicije (suštinski tada najmoćnijeg čoveka u državi, A. Vučića) bila je da je potrebno ući u novi izborni ciklus, na kome bi se, zapravo, *verifikovalo* faktičko stanje na političkoj sceni. A to faktičko stanje je značilo, pre svega, jasnu raspodelu političke moći koja nakon izbora 2012. nije sprovedena, budući da je funkcija premijera pripala SPS odnosno I. Dačiću, dok je faktički najmoćniji čovek obavljao funkciju prvog potpredsednika vlade. Taj disbalans između realne političke moći A. Vučića i SNS i njihove formalne zastupljenosti u ključnim institucijama, obeležio je vreme između maja 2012. i marta 2014. godine.

Izbori su organizovani po važećem Zakonu o izboru narodnih poslanika, koji je poslednji put izmenjen 2011. godine. To praktično znači da je izborni sistem u Srbiji ostao nepromenjen u odnosu na izbore 2012: **u Srbiji je zastupljen proporcionalni izborni sistem, čitava država je jedna izborna jedinica, građani glasaju za liste uz izborni prag od pet odsto.** Redosled kandidata na listama je unapred utvrđen i ne može da bude promenjen stranačkim odlukama nakon izbora (osim u slučaju podnošenja ostavki, nespojivosti funkcija i sl.). Svako treće mesto na listi mora da bude rezervisano za osobu manje zastupljenog pola. Nakon izbora, poslanici su vlasnici svog mandata jer je promena ukinut nepotrebnim i nedemokratskim institutom imperativnog mandata.

Katalog problema ovakvog izbornog sistema poznat je već nekoliko godina: depersonalizovanost poslanika, fragmentacija stranačkog parlamentarnog sistema i metropolozicija reprezentacije (Jovanović, 2012).

Izbori na Kosovu i Metohiji su organizovani uz pomoć Misije OEBS-a, dok su se glasovi sa tih biračkih mesta brojali u Raškoj odnosno Vranju.

**Izborna administracija je i na ovim izborima funkcionisala nepromenjeno, bez obzira na brojne napore stručnjaka i organizacija civilnog društva da se promeni regulativa u ovoj oblasti.** Promene koje se zagovaraju idu u pravcu formiranja stalnog i profesionalnog, a ne *ad hoc* (privremenog) tela, stvorenog na paritetnoj stranačkoj osnovi, kao što je sada slučaj. Promene logično podrazumevaju da iz izborne administracije budu isključeni stranački predstavnici, kako bi se administracija nesmetano i profesionalno bavila izbornim procesom tokom čitave godine, a ne samo u vreme izbornih kampanja. Usvajanjem Zakona o jedinstvenom biračkom spisku, ova oblast je postala uređena iako je važno napomenuti da birački spisak predstavlja pravno stanje, a ne faktičko, tako da je skoro sedam miliona upisanih birača za ove izbore daleko veći broj od onih kojima je biračko mesto realno dostupno. Ovo ne znači da je ova evidencija birača loša, veće da je ažuriranja potrebno raditi u dužem vremenskom kontinuumu.

**Ovo su drugi izbori na kojima se primenjivao Zakon o finansiranju političkih aktivnosti (usvojen 2011. godine) odnosno u kojima je kontrolu finansiranja izborne kampanje obavljala Agencija za borbu protiv korupcije.** U toj oblasti je ostvaren vidljiv napredak, pre svega, zbog monitoringa finansiranja izborne kampanje koju organizuje

Agencija, čime se lakše i transparentnije kontrolišu stranački troškovi. Bez obzira na postojanje određenih problema, Agencija za borbu protiv korupcije je odigrala važnu ulogu u podizanju odgovornosti svih izbornih učesnika. Činjenica da je samo u kampanji 2012. prijavljeno oko 30 miliona evra stranačkih troškova, najbolje svedoči o značaju ove institucije, posebno ako se uzme u obzir da je prethodni Zakon o finansiranju političkih stranaka (2003., stupio na snagu 1. januara 2004.) imao brojne nedostatke.

Uprkos brojnim najavama, novi medijski zakoni nisu usvojeni ni do izbornog ciklusa 2014. godine.<sup>2</sup> Stoga su i ovi izbori organizovani po staroj regulativi, čija su brojna zakonska rešenja prevaziđena. Tri su najvažnija zakona koja tretiraju ponašanje medija u izbornim kampanjama – Zakon o javnom informisanju (2003), radiodifuziji (2002) i oglašavanju (2005). Međutim, **za ponašanje izbornih učesnika najvažnije je Opšte obavezujuće uputstvo koje izdaje nadležno regulatorno telo – Savet Republičke radiodifuzne agencije (po novom zakonu: Regulatorno telo za elektronske medije – RTEM)**. Uputstvo za izbore 2014. identično je onome od pre dve godine. Iz ugla finansiranja političkih subjekata, pohvalno je što RRA blisko saraduje sa Agencijom za borbu protiv korupcije, ali se RRA ne može direktno baviti pitanjima finansiranja izborne kampanje (Klačar, 2014). U svom uputstvu RRA je ograničila vreme za izbornu propagandu na 90 minuta dnevno po emiteru, pri čemu se svaki učesnik izbora limitira na pet minuta. Samo jednom u toku kampanje izborni učesnik je mogao da iskoristi plaćeni termin u trajanju od 30 minuta (Republička radiodifuzna agencija, 2012). Plaćeni termini se ne računaju u ukupno vreme za oglašavanje koje iznosi 12 minuta po satu za komercijalne emitere odnosno šest minuta za javne servise. RTS nije imao pravo na plaćene termine, što i Srbiju svrstava u red zemalja koje prave određene limite javnim servisima.

**Rezultati parlamentarnih i još više predsedničkih izbora 2012. godine označili su (tražnu?) promenu političkog reljefa u Srbiji.** Neki od autora (Slobodan Antonić) su te rezultate ocenili i kao „izborni zemljotres“. Ti rezultati su, zapravo, označili kraj vladajuće koalicije okupljanje oko Demokratske stranke koja je trajala od 2008. godine. Nakon poraza B. Tadića u drugom krugu predsedničkih izbora (20. maja 2012.), već viđena koalicija (rezultati parlamentarnih izbora 6. maja i izostanak ubedljivijeg trijumfa SNS išli su na ruku nastavku saradnje između DS i SPS) demokrata sa SPS, postala je nerealna i neostvariva. Vrlo brzo su započeti i uspešno završeni pregovori između SNS i SPS i formirana je nova vlada sa I. Dačićem kao premijerom.

Ako prihvatimo tvrdnju o „izbornom zemljotresu“, onda su rezultati iz 2014. godine, predstavljali logičan završetak tog procesa i „poravnanje političkog terena“ nakon *zemljotresa* iz 2012. godine.

Dešavanja između dva izborna ciklusa u celosti su išla na ruku SNS odnosno A. Vučiću: sa „skromnom“ pobedom na izborima 2012. (24,04 odsto ili 73 osvojena mandata naspram 22,06 odsto ili 67 osvojenih mandata od strane koalicije okupljanje oko DS) došli su u situaciju da im, nakon hapšenja M. Miškovića (sredina decembra 2012. godine), nijedno istraživanje nije predviđalo rezultat lošiji od 40 odsto. **Rejting koji je SNS stekao tim hapšenjem i sveukupno čestim hapšenjima različitih poznatih i manje poznatih lica, omogućio im je stabilnu podršku u dužem periodu, a ta podrška se u kampanji samo**

---

<sup>2</sup> Tri medijska zakona - o javnim medijskim servisima, elektronskim medijima i javnom informisanju i medijima usvojena su tek u avgustu 2014. godine.



**dodatno uvećala.**<sup>3</sup> Ni rekonstrukcija vlade koja se desila u septembru 2013. godine, kada je (na insistiranje SPS i I. Dačića) iz vlade isključen URS i njihov lider M. Dinkić, nije poremetila stabilnost i visoke rejtinge SNS. Naprotiv, činilo se da stanje stalne tenzije i kreiranje predizborne atmosfere itekako pogoduje i SNS i A. Vučiću. Paralelno sa tim, tekao je proces urušavanja opozicije, pre svih, Demokratske stranke (DS). Nakon poraza B. Tadića u drugom krugu predsedničkih izbora 20. maja 2012. godine, njega je na čelu stranke zamenio gradonačelnik Beograda Dragan Đilas. Međutim, to nije doprinelo smirivanju unutarstranačkih prilika, pa je pred početak izborne kampanje, B. Tadić sa svojim pristalicama formirao novu stranku – Nova demokratska stranka, koja je sa strankom „Zelenih“ izašla na izbore (koristeći određene nedorečenosti u Zakonu o političkim strankama). Sve to vreme, stranka je bila izložena čestim napadima od strane SNS i dela medija u Srbiji, a nemali broj stranačkih funkcionera je, po raznim osnovama, bio (ili je još uvek) u pritvoru. Kampanja je bazirana na dobrim izbornim rezultatima DS i D. Đilasa 2012. godine, ali se to pokazalo nedovoljno u postojećoj konstelaciji odnosa, tim pre što su spojeni parlamentarni i gradski izbori, što je išlo u prilog SNS.

Demokratska stranka Srbije (DSS) je krajem 2013. godine dala podršku SNS-u prilikom „obaranja“ gradske vlasti u Beogradu, čime su se stekli uslovi i za raspisivanje gradskih izbora koji su održani istoga dana kada i parlamentarni, što je najviše pogodovalo SNS i kampanji baziranoj na njihovom lideru A. Vučiću. Odluka da ne stvaraju koalicione saveze uoči izbora, i ovu stranku je dovela u poziciju da izbore u martu 2014. sačekaju u neizvesnosti oko prelaska cenzusa. LDP i URS su imali brojnih finansijskih problema tokom kampanje, pre svih, zbog visokih troškova kampanje 2012 (opterećenost kreditima, dugovanja medijima i sl.). Na to se nadovezala i njihova nedovoljno jasna programska i ideološka profilacija i definisanje politike u odnosu na SNS, što je na kraju i ove stranke dovelo ispod izbornog cenzusa od pet odsto. Nakon nesporazuma sa A. Vučićem, bivši ministar u njegovoj vladi S. Radulović je formirao pokret „Dosta je bilo“ sa kojim je i učestvovao na izborima kao jedan od najvećih kritičara vlasti SNS-SPS.

**Period između dva izborna ciklusa (2012 i 2014) obeležila je u potpunosti borba protiv korupcije i organizovanog kriminala, koja je bila dominantna aktivnost SNS i A. Vučića.** Na spoljnom planu, to su bili pregovori sa Prištinom koji su uspešno okončani u Briselu, ali je tu veliki deo zasluga otišao na račun I. Dačića. Velika podrška građana politici SNS i A. Vučiću, uslovlila je da dođe do porasta poverenja u političke institucije, pre svih, predsednika, parlamenta i vlade, koje je na početku 2012. godine bilo veoma nisko. Funkcionisanje institucija u posmatranom periodu karakteriše usporavanje i naglašena personalizacija. A. Vučić je kao PPV, ministar odbrane i koordinator službi bezbednosti bio dominantna figura u političko-partijskom sistemu i osoba koja je upravljala parlamentarnim životom i vladom.

Opozicija je ostala zarobljena u svojim internim problemima, nesposobna da artikuliše ideje i stavove, bez jakih i harizmatičnih lidera sposobnih da budu ozbiljan protivnik A. Vučiću, ali i T. Nikoliću i I. Dačiću.

**U takvom okruženju, predsednik Republike Srbije Tomislav Nikolić raspisao je 29. januara vanredne parlamentarne izbore za 16. mart 2014. godine.**

---

<sup>3</sup> Tokom kampanje urađene su brojne ankete javnog mnjenja, ali su retke među njima prognozirale tako dobar izborni rezultat SNS od 1.736.920 glasova odnosno 48,35 odsto.

## LITERATURA:

Jovanović, Milan (2012), „Predsednički izbori u Srbiji održani 6. i 20. maja 2012. godine“ u Oko izbora 18, CeSID/NDI, Beograd

Klačar, Bojan (2014), „Izborna komunikacija: novac u izbornim kampanjama“ u Vodič o finansiranju političkih subjekata - redovan rad i izborne kampanje, CeSID/USAID, Beograd

Republička radiodifuzna agencija –RRA (2012), „Opšte obavezujuće uputstvo emiterima u predizornoj kampanji za lokalne, pokrajinske i republičke skupštinske izbore, izbore za predsednika republike i izbore za nacionalne savete nacionalnih manjina“, Službeni glasnik Republike Srbije br. 18/2012.

## IZBORNI REZULTATI 2014: ŠTA SE DOGODILO SRBIJI?

Zoran Stojilković, Fakultet političkih nauka, Univerziteta u Beogradu

### Prolog

Izborni brodolom koji su, marta 2014. godine, doživele stranke i lideri nekadašnjeg DOS-a i trijumfalni povratak naslednika stranaka vlasti iz olujnih devedesetih delovao bi gotovo neverovatno ili čak bizarno nekome ko je Srbiju napustio 5. oktobra 2000. godine. Ili, koliko još na početku krize 2009. godine. Za samozaljubljenost, beskrajnu opsednutost svojim parcijalnim interesima i tantijemama, kao i nespремnost da se suoče sa radikalno izmenjenim kriznim okvirom, postoktobarske elite morale su na kraju platiti punu cenu.

Na drugoj strani, bivši gubitnici su naučili lekciju, obukli za hod ka vlasti neophodno evropsko ruho i razumeli da se prethodne vlasti najlakše ruše antikoruptivnom retorikom i praksom. Drugi par populističkih rukava je širenje uverenja da će se ovaj put dogoditi i ekonomske promene.

Najzad, u politici još uvek važi stara maksima da izbore, po pravilu, dobija onaj ko najviše troši ili najviše obećava. Cinici bi rekli ko najveštije hipnotizira i uljuljkuje nepunoletne i parohijalne savesti podanika još nedospelih do građana.

### Predizborni kontekst i računice

Pre vremene, vanredne parlamentarne izbore 16. marta 2014. godine obeležio je dominantan utisak u javnosti da se na izbore nije odlučio premijer Dačić već da ih je praktično raspisao najmoćniji čovek u zemlji - Aleksandar Vučić u trenutku kada je maksimizirao izbornu podršku i kada je postalo izgledno da bi nakon izbora mogao vladati i sam. Radilo se praktično o verifikujućim, odnosno izborima nakon već izvršenog „narodnog izbora” u prilog Vučiću i njegovoj borbi protiv korupcije. Ključna poruka bila je da će se sa jednom odlučnošću koju su pokazali u borbi protiv korupcije Vučić i naprednjaci obračunati i sa nezaposlenošću, siromaštvom, neradom i političkom prezaštićenošću zaposlenih u predimenzioniranom javnom sektoru. Posledično, ključna izborna parola je bila „Svom snagom u promene”.

No, izbori marta 2014. godine nisu prvi već **treći izbori nakon već napravljenog izbora**. Prethodno, to su bili prvi izbori 1990., sa predominacijom Miloševića i SPS, zatim su to parlamentarni izbori iz decembra 2000. godine kada je nakon petooktobarskih promena trebalo „završiti započeto” i kada su gurnuti, legalno i nelegalno, predstavnici bivše vlasti na margine, a njihovi birači u velikoj meri zaplašeni pobedničkom euforijom DOS-a. Sva tri slučaja su primeri izbora za koje se znalo kakav će im biti konačni pobednik i rezultat, samo je bilo pitanje u kakvim procentima i sa kojom izlaznošću će biti izražena pobjeda nespornog favorita.

Faktički je zato najvažnija (pred)izborna tema za SNS i dalje bila borba protiv korupcije koja je usmerena na tajkune i bivše državne funkcionere i kojom je, kroz praksu spektakularnih, medijski najavljivanih i dobro upakovanih hapšenja, i podignut visoko rejting Vučića i stranke.

Pitanje, čiji će značaj vremenom rasti se odnosi na ekonomski razvoj. Pre svega, otvoreno je pitanje trošenja budžetskih sredstava i SNS je predložila neke tržišno orijentisane mere. Narativ koji je stajao iza ovih mera se zasniva na tezi da javni sektor ne bi trebalo da zarađuje više od privatnog sektora, pa je stoga uveden „solidarni porez“ na plate veće od 60.000 dinara u javnom sektoru. Druga važna mera podrazumeva najavu postepenog ukiđanja subvencija tzv. velikim gubitašima i stranim investitorima za otvaranje novih radnih mesta što je ujedno bila i vododelnica u odnosu na eks ministra ekonomije Dinkića, ali i zbog obećane „olake brzine promena“ i za njegovog naslednika Sašu Radulovića.

### **Izborni akteri i koalicije**

Izbori raspisani 29. januara 2014. bili su, od uvođenja višestranačja, 1990. ukupno deseti po redu parlametarni izbori i čak sedmi vanredni, prevremeni što dobro ilustruje razmere dinamike partijske i izborne scene. Ovoga puta nepune dve godine od održavanja prethodnih, redovnih parlamentarnih izbora, a posle odluke predsedništva SNS-a, odlučeno je da se saziv skupštine i vlada raspuste zarad „provere volje naroda“ i „dобијanja političkog legitimiteta za predviđene reforme“. Vanredni parlamentarni izbori 2014. održani su 16. marta, istog dana kada i vanredni izbori za lokalnu vlast u Beogradu.

Za razliku od prethodna dva izborna ciklusa koja su održana u referendumskoj atmosferi i koji su bili rezultatski neizvesni, u slučaju izbora 2014 unapred se znao pobednik, a veliki broj stranaka borio se za prelazak izbornog cenzusa i neopredeljene glasače.

Na izbore je, međutim, izašlo tek nešto više od polovine - 53,12 odsto birača a procenjuje se da je najveći broj apstinenata bio među mladima, populacijom koja najčešće posećuje internet portale i društvene mreže.

Na izborima je istaknuto 19 izbornih lista - od kojih tek sedam njih pripada strankama koje samostalno nastupaju na izborima, 10 izbornim koalicijama, a dve građanskim listama oko istaknutih i u javnosti prepoznatljivih ličnosti (Radulović, Pelević).

Ovo su rezultati izbora:

1. ALEKSANDAR VUČIĆ – SNS, SDPS, NS, SPO, PS - 48.34%
2. IVICA DAČIĆ – SPS, PUPS, JS – 13.51%
3. DEMOKRATSKA STRANKA SRBIJE – VOJISLAV KOŠTUNICA – 4.24%
4. ČEDOMIR JOVANOVIĆ – LDP, BDZS, SDU – 3.35%
5. VAJDASAGI MAGYAR SZOVETSEG – PASZTOR ISTVAN – SAVEZ VOJVODANSKIH MAĐARA-IŠTVAN PASTOR – 2.11%
6. SRPSKA RADIKALNA STRANKA – DR VOJISLAV ŠEŠELJ - 2.00%
7. UJEDINJENI REGIONI SRBIJE – MLAĐAN DINKIĆ – 3.04%
8. “SA DEMOKRATSKOM STRANKOM – ZA DEMOKRATSKU SRBIJU” – 6.04%

9. DVERI – BOŠKO OBRADOVIĆ – 3.57%
10. SDA Sandžaka – dr Sulejman Ugljanin SDA Sandžaka – dr. Sulejman Ugljanin – 0.95%
11. BORIS TADIĆ – NDS, LSV, ZZS, VMDK, ZZV, DLR – 5.71%
12. TREĆA SRBIJA – ZA SVE VREDNE LJUDE – 0.46%
13. CRNOGORSKA PARTIJA – Josip Broz - 0.18%
14. LISTA NACIONALNIH ZAJEDNICA: BDZ-MPSZ- DZH-MRM-MEP – Emir Elfić - 0.11%
15. DOSTA JE BILO – SAŠA RADULOVIĆ – 2.08%
16. “KOALICIJA GRAĐANA SVIH NARODA I NARODNOSTI (RDS-SDS)” – 0.09%
17. Grupa građana “PATRIOTSKI FRONT – DR BORISLAV PELEVIĆ” - 0.13%
18. RUSKA STRANKA – Slobodan Nikolić - 0.18%
19. PARTIJA ZA DEMOKRATSKO DELOVANJE – RIZA HALIMI PARTIA PER VEPRIM DEMOKRATIK – RIZA HALIMI – 0.68%

U parlament je nakon izbora ušlo njih sedam, od kojih tri manjinske liste, sa ukupno 23 aktera što je duplo manje nego u prethodnom parlamentarnom sazivu. Na drugoj strani, čak pet „većinskih“ lista nije uspelo da prikupi ni jedan odsto glasova neophodnih za povratak položenog izbornog jemstva.

U parlametu su se našli na pobjedničkoj listi SNS i Ljajićev SDPS, Ilićeva Nova Srbija, ali i „politički teškaši“ poput SPO, DHSS, Vulinovich socijalista ili Karićevog PSS.

Poziciju broj dva ima već standardna tročlana koalicija SPS-PUPS-JS.

Osim njih i poslanika i poslanica sa manjinskih lista (SVM Pastora, Ugljaninove SDA Sandžaka i PDD Rize Halimija) u parlamentu će se naći još samo Đilasove i Tadićeve (novo) demokrate.

Naime, gotovo pred same izbore, na dan kada je DS slavila 24 godine postojanja, počasni predsjednik Boris Tadić odlučio je da istupi iz nje, povukavši za sobom deo članstva. Predizborni trenutak je učinio da ovo *cepanje* najmasovnije opozicione stranke bude ključno za kreiranje utiska da SNS više nema dovoljno snažnu alternativu.

Na izbore Demokratska stranka izlazi sa Živkovićevom Novom strankom „pojačana“ i sindikalnim kandidatima iz USS „Sloga“.

Boris Tadić je, ujedinjujući svoju Novu demokratsku stranku sa Zelenima (menjajući Statut i Program Zelenih), uspešno izbegao proceduru registrovanja nove političke stranke.

Ove dve stranke objedinjene u jednu, na izbore izlaze na listi sa još pet političkih aktera: Ligom socijaldemokrata Vojvodine, Zajedno za Srbiju, Zajedno za Vojvodinu, VMDK i Demokratskom levicom Roma.

Za razliku od pokreta *Preokret* (koga su na izborima 2012. činili: LDP, SPO, SDU, Bogata Srbija, Vojvođanska partija, Demokratska partija Sandžaka, Zelena ekološka partija - zeleni, Partija Bugara Srbije), na izborima 2014. godine LDP listu formira samo sa SDU i BDZS, ponovo uz „sindikalne” poslaničke kandidate iz ASNS, praćenu novim programskim dokumentom pod nazivom „DOGOVOR”. Odabrana formula nije ovoga puta omogućila da se preskoči izborni cenzus.

Osim liste oko LDP sudbinu izbornu neuspešnih koalicija podelili su i URS, Elfićeva lista nacionalnih zajednica, dvočlana lista Crnogorska stranka - Josip Broz, kao i obe građanske liste oko Radulovića i Pelevića.

### **Izborna ponuda**

Na osnovu analize u izbornim manifestima predloženih javnih politika, mogao bi se izvući zaključak da se među temama o kojima su učesnici na izborima rado govorili izdvajaju tri grupe tema: (1) ekonomski razvoj i borba protiv nezaposlenosti i siromaštva, odnosno socijalna politika i mere za povećanje zaposlenosti, (2) spoljna i regionalna politika i (3) borba protiv korupcije i kriminala. Moglo bi se zaključiti da su izbori 2014. godine prvi izbori sa izrazitom dominacijom predloga ekonomskih javnih politika na izbornom političkom tržištu.

Naravno, ne radi se ni o kakvom iznenađenju ako se zna da je između dva izborna ciklusa, stopa nezaposlenosti dalje rasla i dosegla 24 odsto, odnosno da je bez posla svaki četvrti radno sposobni, uz istovremeni rast broja penzionera. Javni dug i zaduženost su dalje rasli, a da nije došlo do odgovarajućih pomaka u rastu proizvodnje i razvoju infrastrukture. Na drugoj strani, prosečna plata, sve manjeg broja zaposlenih, njih jedva 1,75 miliona, stagnira oko 400 evra uz tendenciju da se, sa padom kursa dinara i najavljenim smanjivanjem zarada u javnom sektoru, dalje topi i obezvređuje.

Pregled izbornih platformi i obećanja upućuje, međutim, i na zaključak da, **osim u slučaju spoljne, a naročito regionalne politike, političke stranke nisu ponudile dovoljno distinktivne i precizne programe** kako bi se razlikovale jedna od druge i time omogućile građanima da donesu odluku koja bi se bazirala na potpunim informacijama. Ostanak izvan parlamenta i evrofobičara (DSS, Dveri, SRS), ali i evroatlanskih avangardista (LDP) govori, međutim o meri u kojoj je za većinsko biračko telo ona postala malo važna. U vremenu prolongiranog trajanja i produbljanja krize od ključnog značaja je ipak činjenica da su izvan parlamenta ostale i ovoga puta stranke i koalicije koje su se zalagale za političku i vojnu neutralnost (DSS), ili za radikalno prevrednovanje dosadašnje politike i napuštanje „mape puta“ ka evropskim integracijama (Dveri, SRS) ostvarujući još slabiji izborni rezultat.

Na drugoj strani, ključno pitanje redistribucija ili tržišna alokacija, odnosno štednja i budžetska disciplina, uz racionalizaciju javnog sektora ili investiranje i socijalna davanja i zaštita, uz regulirajuću i razvojnu funkciju države gotovo sve izborne aktere smešta u centar.

Izbornu ponudu ovoga puta odlikovao je, pre svega, visok stepen saglasnosti, posebno

unutar proevropskog političkog *mainstreama*, oko ključnih pitanja razvojne ekonomske politike koja se gotovo ne problematizuju, predstavljajući neku vrstu političke mantre:

- a) Prioriteti (ekonomskih) javnih politika: Infrastruktura, energetika, građevinarstvo, poljoprivreda i prerada, obrazovanje, zelena ekonomija, IT tehnologije;
- b) Reforma javnog sektora;
- c) Penzionarna reforma i
- d) Reforma obrazovanja i zdravstva.

Prostor za **otvorena pitanja i polemička politička izborna sučeljavanja** ostavljen je za pitanja utvrđivanja udela u odgovornosti, odnosno krivici za:

- a) Javne finansije i budžetska odgovornost: razmere i način saniranja „budžetske rupe“;
- b) Poresku evaziju i razmere raširenosti sive ekonomije (30 -40 odsto DBP);
- c) Politiku (direktni i indirektni), poreza i (progresivne ) poreske stope;
- d) Dramatično i neodrživo uvećanje broja zaposlenih u javnom sektoru;
- e) Subvencije i efekte restrukturiranja i privatizacije: Železara, Srbijagas i
- f) Položaj i sudbina nacionalnih banaka pred „neodoljivim šarmom” njihovog razaranja od strane komesara partija na čelu javnih preduzeća i omiljenih privatnika.

Svoju, pokazaće se više nego ubedljivu izbornu pobjedu SNS ovoga puta temelji osim antikoruptivne retorike, ali i prakse, na zalaganju za demontažu „partijskog kapitalizma” i kontrolu nad upravljanjem i zapošljavanjem u predimenzioniranom javnom sektoru. Praktične korake i način na koji to misli da izvedu izborni pobjednici su ostavili za period posle izbora, odnosno za program nove Vlade. Tek načelno kao ključni pravci promena naglašeni su :

- a) Korporativizacija javnih preduzeća
- b) Sređivanje administracije - racionalizacija broja zaposlenih
- c) Uređivanje javnih finansija - budžetska disciplina
- d) Sporazum sa ozbiljnim sindikatima i poslodavcima o radu i zaradama.

Koalicija oko socijalista garantovala je, u skladu sa svojom već uobičajenom naglašenom socijalnom retorikom, otvaranje novih radnih mesta i zaštitu radnika, seljaka i penzionera, uz poruku lidera SPS-a Ivice Dačića da u Srbiji treba uvoditi evropske zakone, „a ne zakone o radu poput onih iz Pakistana i Avganistana”. Dačić je istakao da ne mogu penzioneri i oni sa malim zaradama da plaćaju ceh takozvanih reformi, upitavši „koji čarobnjak može to da izvede a da mu pri tome još i aplaudiraju”.

Prema njegovim rečima, obećanja u ovoj kampanji mogu se uporediti sa bajkama braće Grim, crtanim filmovima koji su nekada puštani uoči drugog Dnevnika. Zamenik predsednika PUPS-a Milan Krkobabić istakao je da ta koalicija nije protiv reformi, ali da prvo „moramo da se dogovorimo sa sindikatima i radnicima i imamo socijalni mir”

„Gospodo reformatori, bez socijalnog mira nema reformi”, istakao je Krkobabić, naglasivši da u Srbiji nema viška zaposlenih nego manjka posla. On je rekao da oni koji tvrde da su socijalna davanja i izdaci za penzionere balast za državu, ne umeju da rade, i da takvi stavovi „predstavljaju dokaz nesposobnosti onih koji ih izgovaraju”. (<http://www.rts.rs/page/stories/ci/story/2205/%D0%98%D0%B7%D0%B1%D0%BE%D1>)

Lider Nove demokratske stranke Boris Tadić je u kampanji isticao da odbija odgovornost za vlast koju nije imao do 2008., ali prihvata sve greške koje je potom učinio i naglasio da neće moći da saraduje jedino sa SPS-om jer je misija te partije završena. Tadić, koji je bio predsednik Srbije od 2004. do 2012, dok je njegova tadašnja DS imala većinu od 2008. godine, navodi da četiri godine izvršne vlasti nisu dovoljne da se reši loše upravljanje zemljom. Činjenica da je ekonomija najvažnija tema izbora predstavlja veliko postignuće, smatra Tadić, koji podseća da su nekada teme bile ratovi, politika prema Kosovu ili nametnute priče ko je izdajnik, a ko ne. Problem u protekle dve godine je produbljeno i ubrzano zaduživanje, ukazao je Tadić, napominjući da je ova Vlada za godinu dana uzela više od pet milijardi novih kredita. Da je izdržala ceo mandat, novi dug bi bio 23 milijarde. Kredite treba uzimati isključivo za razvojne projekte, a ne za podmirivanje tekuće potrošnje, smatraju Tadić i NDS.

DS i tadašnji lider stranke Dragan Đilas su kampanju bazirali na stavu da je samo glas za Demokratsku stranku glas protiv vlasti Srpske napredne stranke. Postoje samo dve kolone na izborima, Vučić i oni koji su sa njim i mi koji nećemo sa njima. „Idemo na izbore da pobedimo, jer strah ne može da vlada Srbijom“ - rekao je predsednik DS Dragan Đilas na mitingu na beogradskom Trgu Republike. Đilas je istakao da DS ne priziva nasilje i ukrajinski scenario i da to nikada nije ni činila, ali da ne želi ni severnokorejski scenario po kome jedan čovek dobija 100 odsto glasova, nego srpski scenario u kojem će građani dobiti šansu da žive bolje. Đilas je ocenio da će Srbija, ako sadašnja vlast ostane, bankrotirati za godinu dana, zaposleni će ostati bez posla, a penzioneri bez penzija i ukazao da to nije prizivanje ničega lošeg, nego hrabro ukazivanje na ono što će se dogoditi. Nudimo rešenja - svakom detetu besplatan udžbenik, trudnicama puna plata i pomoć penzionerima sa najmanjim penzijama. Mi smo izgradili mostove, renovirali bulevare, a vlast se zadužila pet milijardi evra, a nisu napravili nijedan kokošinjac - rekao je Đilas. On je istakao da se DS zalaže za to da se lekarima, rudarima i profesorima povećaju plate, a ne da budu smanjene. Đilas je ocenio da vlast ne shvata šta je realnost i naveo da je stvarnost Srbija na zemlji, a ne na vodi.

Predsednik Nove stranke Zoran Živković rekao je da se ne sme dozvoliti „gnjidalnim trutovima da uništavaju budućnost Srbije. Ne diktaturi! Srbija počinje da liči na pakao Miloševićevih 90-ih i vladaju ljudi koji jesu 90-te“. On je kazao da je vlast proglasila velike uspehe u borbi protiv kriminala, a da su uhvaćene „samo sitne ribe, dok moćni somovi slobodno plivaju močvarom kriminala“.



<http://www.blic.rs/izbori-2014/vesti/2420/Miting-DS-na-Trgu-Republike-Samo-glas-za-DS-je-glas-protiv-vlasti-SNS>

Na drugoj strani, uprkos novom zaokretu i naglašenoj socijalnoj i proinvesticionoj retorici, ovoga puta cenzus je bio previsoka lestvica za URS.

Izborni neuspeh pretrpeo je i LDP i pored iskazane, u odnosu na raniju praksu atipične spremnosti da na planu realizacije reformi saraduje i sa Vučićem i SNS. U izbornom manifestu koji obiluje poetikom i stilskim ornamentima, među brojnim tezama koje imaju status „opšteg mesta” (o lažnoj prošlosti, tranziciji, hroničnoj krizi, srbovanju, Kosovu, „odlivu mozgova”), akcenat sa stavlja na potrebu rešavanja političke krize, kao uslovu rešavanja svake druge krize. Dokument se zalaže za „konkurentnu i dinamičnu ekonomiju”, odnosno za reforme koje imaju visoku cenu, ne precizirajući način na koji će reforma biti sprovedena (osim nagoveštaja ukidanja besplatnog zdravstva i smanjenja broja i obima javnih i državnih preduzeća). Dokument traži i izmene Ustava i definisanje trajnog rešenja za Vojvodinu, ulazak Srbije u NATO (sa argumentacijom protiv vojne neutralnosti) i ulazak u EU, radi obezbeđivanja konkurentnije privrede, modernijeg obrazovanja, zrelijeg političkog vođstva i uređenijih društvenih odnosa. Najveća vrednost izbornog programskog dokumenta **Dogovor** (koja proizilazi i iz samog naslova, a kojoj je posvećen završni pasus) jeste svest o potrebi postizanja najšireg mogućeg socijalnog konsenzusa.

U polju analiza ekonomskih politika međustranačke razlike se u velikoj meri uspostavljaju oko stava odakle će pretežno doći investicije i šta je (ne)poželjni pravac i prioritet ekonomske saradnje i razmene - Zapad ili Istok (Rusija) i arapske zemlje, odnosno ko je gde na lestvici prioriteta.

Na drugoj strani, postoji čitav korpus tema koje su bile neopravdano zapostavljene, a značajne su za rad sledeće vlade, dalje evropske integracije Srbije ili standard građana. U tu grupu spadaju takođe tri grupe tema.

U oblasti političkog sistema to su sporna pitanja prava manjina, bezbednosna politika i civilna kontrola policije i vojske.

U oblasti ekonomije to su interesno kontaminirana pitanja privatizacije preostalih velikih sistema, socijalnog preduzetništva i socijalne kohezije, odnosno socijalne inkluzije.

U oblasti socijalnih odnosa i sistema radi se, pre svega o pitanjima rodne ravnopravnosti i antidiskriminativne politike, kvaliteta života, ekologije i održivog razvoja, kao i kulture i prioriteta kulturne politike.

Zaključak da socijalnu i političku scenu Srbije odlikuju jak tradicionalistički i populistički a slab modernizirajući, postmaterijalistički pol, sam se po sebi nameće.

U izbornoj ponudi na drugoj strani, u polju levo - desnih podela posle izbora iz 2014. godine nema pokrivene pozicije levog, ali više ni desnog alterglobalizma, kao ni relevantne ekološke stranke. Čini se da upravo predominantne centrističke pozicije, omogućuju najšire moguće koaliranje.

Realnu opasnost od nastajanja političkog kartela okupljenog oko, nakon izbora predominantnog SNS, dobro ilustruje i na ovim izborima gotovo potpuno odsustvo tema vezanih za izborne reforme, građansku participaciju i kvalitet političkih elita.

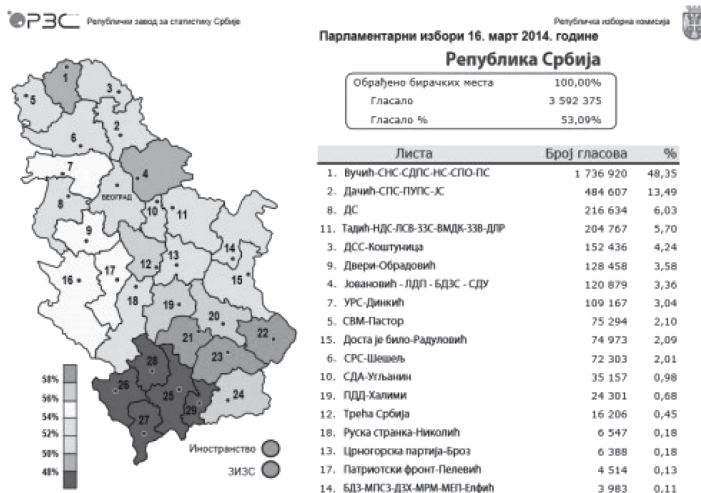
Indikativno je da na gotovo nikakvu reakciju izbornih takmaca nije naišlo zalaganje stručne javnosti za personalizaciju izbornog sistema, kao ni nastojanje Birodija, Crte i drugih OCD da birači ostvare uvid u kadrovske lične karte kandidatkinja i kandidata na izborima koje sadrže:

- a) Obrazovni i profesionalni karijerni put i postignuća
- b) Vlasnička i upravljačka prava
- c) Upravljačke i funkcije u nadzornim, odnosno upravnim odborima
- d) Funkcije u sportskim i profesionalnim udruženjima, NVO
- e) Poslove sa državom i učešće u javnim nabavkama
- f) Poslovanje firmi, banaka i ustanova i sopstveno angažovanje i odgovornost.

Za odluku birača uopšte, kao u popularnoj reklami „nije svejedno” ni da li je kandidat/kandidatkinja za poslanika/poslanicu učestvovao u procesu privatizacije kao kupac društvene imovine po bilo kojem od tri do sada postojeća zakona i da li su pri tome postupali u skladu sa zakonom?

## Izborni rezultati

Istini za volju, velika izborna promena najavljena je već na izborima 2012. godine. No, tek je, kao što smo to već konstatovali, na prevremenim parlamentarnim izborima marta 2014. godine došlo do „izbornog zemljotresa”. Osim SRS, status parlamentarne stranke izgubili su i *evrofobični* DSS, ali i *evrofilični* LDP i URS. Nastavljen je i dalje proces slabljenja DS, uz odlazak Tadića i nastanak NDS. Obe frakcije do skora vladajućih demokrata ostvarile su rezultat tik iznad izborne crte.



Koalicija oko Srpske napredne stranke koju predvodi Aleksandar Vučić osvojila je 48,35 odsto glasova, odnosno 158 mandata u parlamentu. Za tu koaliciju glasalo je 1.736.920 birača.

Koalicija oko Socijalističke partije Srbije osvojila je 13,49 odsto glasova, odnosno 44 mandata. Lista sa Demokratskom strankom „Za demokratsku Srbiju” osvojila je 6,03 odsto glasova, odnosno 19 mandata, a koalicija oko Nove demokratske stranke Borisa Tadića osvojila je 5,70 odsto glasova, odnosno 18 mandata. Šest poslanika u novom sazivu parlamenta imaće Savez vojvođanskih Mađara, tri poslanika Stranka demokratske akcije Sandžaka, dva poslanika imaće Partija za demokratsko delovanje Rize Halimija.

Najveću promenu položaja doživeo je svakako SNS koji nakon izbora 2012. i, posebno 2014. godine, kada osvaja gotovo polovinu glasova (48,3 odsto), zauzima centralnu i odlučujuću poziciju na političkoj sceni i čiji lider Vučić beleži veliki stepen podrške birača. Istorija SRS/SNS dokazuje još jedno pravilo: ne može se u zemlji kandidatu za prijem u EU doći na vlast samo kritikom prethodnih neuspešnih vlasti - mora se, takođe, pripadati ili ući u proevropski politički mainstream. Stranka je, nakon preobraženja i dolaska na vlast 2012. godine, nastavila da podržava EU integracije Srbije, naročito u onim pitanjima gde se ta tema prepliće sa kosovskim pitanjem (npr. lokalni izbori na Kosovu), što je potvrđeno i pozitivnim izveštajem Evropske komisije.

Možemo konstatovati da se na izborima suzio (parlamentarni) programsko - politički prostor - kako u svom suverenističkom, tako i u svom evrofilicnom, evroatlanskom obličju. Na drugoj strani, okolnosti i dominantni spoljni okvir, i unutrašnje (ne) prilike i raspoloženja biračkog tela drže Srbiju u stanju nedospelosti do jasnih razlika u socijalno-ekonomskim programima i politikama. Praktično, i kada ima razlika u programima nema ih u vladavinskoj politici.

Svest o osuđenosti na ponudu mnoštva jednog te istog za posledicu ima ubedljivo najbrojniju grupaciju - blizu polovinu birača koji nisu učestvovali na ovim izborima. Kome danas izborni apstinenti „pripadaju”? Iako ni na ključnim, plebiscitarnim izborima izlaznost u Srbiji ne prelazi 70 - 80 procenata realnog biračkog tela, odnosno uvek postoji jedan broj apolitičnih, odnosno nedospelih do politike koji se ni u situacijama maksimalne političke drame i mobilizacije ne pojave pred biračkom kutijom, pravo pitanje je zašto se dodatnih nekoliko stotina hiljada birača stranaka naslednica nekadašnjeg DOS-a ovoga puta nije pojavilo na izborima?

Čini se da oni ovoga puta jednostavno nisu mogli ni da pređu na stranu izbornih pobednika, ni da više praštaju grehe političke kratkovidosti i razjedinjenosti strankama i liderima koje su i ranije sve bezvoljnije podržavali.

U pozadini sve raširenije izborne apstinencije je, međutim, uverenje da je na delu velika tranziciona igra obesmišljavanja svakog realnog izbora u kojoj učestvuju svi relevantni politički igrači.

Krajnji cilj i logika ove igre je povratak u stanje „klimatiziranog” Rimskog carstva - većina je kako tako zbrinuta i pružene su joj gladijatorske usluge učesnika u raznim voajerskim igricama i rialiti šouima. U pozadini, stalnim fleksibilizovanjem prava stvorena je klima bespoštedne konkurencije, zavisti i ukupne egzistencijalne nesigurnosti. U nedostatku relativno izvesnog i sigurnog posla svi smo u poziciji da permanentno budemo dostupni

potencijalnom poslodavcu i da vremenom pristanemo i na nepristojne ponude. Posledično, većina birača ima neodoljiv utisak da koliko god menjali svoje izborne favorite njihova pozicija ostaje nepromenjeno loša.

### Determinante izbornih šansi i ishoda

1. Kada se proučavaju i objašnjavaju varijacije u izbornim rezultatima treba prvo uzeti u obzir **da li je stranka bila na vlasti ili u opoziciji**, i koliko dugo, jer neretko vladajuća partija postaje žrtva „**revolucije povećanih očekivanja**“ (Lipset), što treba da služi i kao upozorenje narednoj vladajućoj partiji. Primera radi, politika i „Kosovo i EU“, svojevrsan pokušaj sinteze rasepa tradicionalizam-modernizam, je doživela neuspeh, ali za konačni poraz stranke koja je lansirala ovu ideju - DS treba okriviti, pre svega, ekonomski neuspeh i visoku socijalnu cenu reformi, nezaposlenost, korupciju, politički kukavičluk i nedostatak ključnih reformskih politika.

2. Od velike važnosti je, dakle i dobro odabrani tematski okvir i prioritet u izornoj kampanji. Korupcija i borba protiv nje, uz hapšenje do juče nedodirljivih, je iznuđeno ali „sigurica“ izorno pitanje. Pitanje je da li se to odnosi i na nužne i bolne ekonomske promene. Oko ekonomskih i socijalnih reformi, međutim, nema lakog mosta između stranih mentora i sopstvenih ojađenih i nepoverljivih (ali i nesklonih riziku) građana. Pitanje je „ko može danas, uz (trenutni) izuzetak Vučića, da ih pogleda u oči“?

3. Istraživanja Instituta društvenih nauka iz Beograda iz decembra 2005. godine detektuje čak dve trećine (66 odsto) ispitanika koji se slažu sa tvrdnjom „Potreban nam je jak vođa da uspostavi red u našoj zemlji a mi treba da ga bespogovorno sledimo“. Sa ovom tvrdnjom se deceniju kasnije, pred izbore 2014. godine, još uvek slaže polovina ispitanika - u potpunosti 31,7 odsto, a uglavnom 18,5 odsto njih. To je značajno veći broj od onih koji se uopšte (20,7 odsto) i uglavnom (8,8 odsto) ne slažu sa ovakvim stavom (CeSID, februar 2014). Nije teško zaključiti, u svetlu ogromne podrške ovakvom stavu, izuzetno veliku ulogu koji harizma političkih vođa i njihova popularnost i rejting imaju na izborni rezultat.

4. Najzad, važno je, dakle ne samo u kojoj meri, već i zašto se sve birači odlučuju za određene partije. U tom pogledu posebno zanimljiva je hijerarhija izbornih motiva koju utvrđuje istraživanje CeSID-a leta 2005., koje daje nimalo neočekivani rezultat da najveći procenat građana Srbije (30 odsto) glasa za partiju ili **kandidata koji garantuju neku dobit**. Na drugom je mestu pak glasanje za partiju ili politiku koja odgovara biračevoj socijalnoj grupi (20%), a sledi glasanje za partiju koja **ima dobrog lidera (19 odsto)** i za dobar program (17 odsto), dok se **5% ispitanika odlučuje u poslednjem trenutku pod uticajem kampanje**.

5. Kada je o reč o kampanji, posebno o onoj vođenoj na dominantnim, elektronskim medijima, kao i prethodne i ovu kampanju obeležile su pritužbe opozicije na neravnompravan pristup medijima i favorizovanje vladajućih partija u njima.

Prema rezultatima agencije za praćenje i analizu medija Kliping iz Beograda u toku predizborne kampanje na nacionalnim TV stanicama ubedljivo najviše vremena dobili su predstavnici koalicije okupljene oko SNS-a i državni funkcioneri ispred ove liste – čak 35,89 odsto. Iza SNS-a slede koalicija SPS-PUPS-JS sa 13,01 odsto i ostale parlamentarne stranke sa približno jednakim učešćem u ukupnoj minutaži – DS (8,56% odsto), koalicija

oko Borisa Tadića (8,27 odsto), DSS (7,77 odsto), LDP (7,36 odsto) i URS (7,33 odsto). Vanparlamentarne stranke i predstavnici nacionalnih manjina dobili su znatno manji publicitet i on se kreće od 3,88% odsto koliko je dobila Srpska radikalna stranka, pa do svega nekoliko promila za liste poput GG „Dosta je bilo”, koju je predvodio bivši ministar privrede Saša Radulović.<sup>4</sup> Praktično, radilo se o potvrdi pravila da izborni trijumf treba unapred obezbediti ili bar ojačati većim finansijskim ulaganjima tokom kampanje.

Tako je SNS imala ubedljivo najskuplju kampanju - potrošila je nešto više od osam miliona evra, tačnije 942.146.074 dinara. To je za oko 630 miliona dinara više nego što je ova stranka platila kampanju pre dve godine.

U ovoj izornoj kampanji i koalicija oko Socijalističke partije Srbije imala je veće izdatke nego za izbore 6. maja 2012. Sada su utrošili oko tri miliona evra ili 342 miliona dinara, a pre dve godine - gotovo upola manje. I Demokratska stranka Srbije je ovog puta iskoristila više novca - oko 96 miliona dinara u odnosu na 68 miliona pre dve godine, ali uprkos tome nije prešla cenzus. Ispod crte ostali su i Liberalno-demokratska partija i njen savez, kao i Ujedinjeni regioni Srbije, čija je kampanja i ovog puta bila znatno skuplja od DSS-ove, ali su oni sada barem trošili mnogo manje nego 2012. Pre dve godine troškovi LDP-a bili su 230 miliona dinara, a URS je tada (na oglašavanje, izborni materijal, mitinge, konvencije...) potrošio čak 460 miliona dinara što je samo potvrda tezi da samo novac ne može garantovati poželjan izborni rezultat (Politika, 14.5.2014).

Mogli bi zaključiti da je uticaj kratkoročnih faktora izbornog opredeljenja veoma izražen, kao i da je osnova partijske identifikacije gotovo trećine „racionalnih birača“ instrumentalna, klijentelistička. Snažna personalizacija politike se ogleda i u visokom procentu onih koji glasaju za lidera na osnovu njegove harizme i/ili imidža.

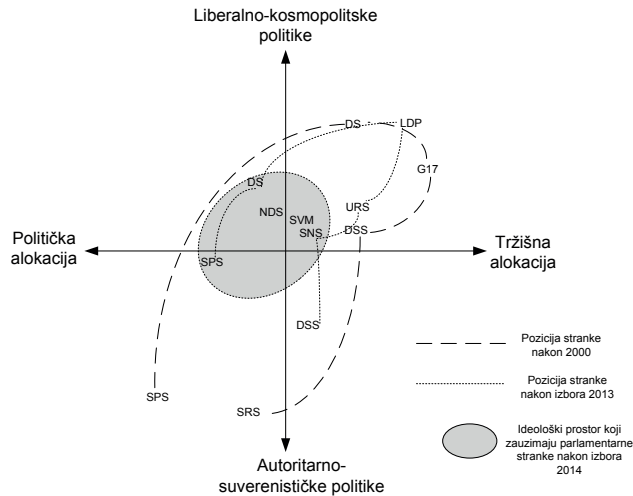
### **Dugoročni trendovi i efekti**

Na drugoj strani, ako bi želeli da ponudimo dugoročniji model za razumevanje logike i dinamike promena partijskog sistema Srbije, mogli bi poći od modela „partijske potkovice“, uz uvažavanje obavljene transformacije SNS i SPS i njihovo pomeranje od autoritarnog pola ka integracijskom i modernističkom.

Istovremeno, dolazi do blagog naginjanja partijskog sistema ka gornjem desnom kvadrantu (modernizam i evrointegracije, tržišna rešenja), van kojeg ostaju SPS (i dalje dominantno na strani državnog intevencionizma u privredi), DSS (zbog evroskeptične politike) i SRS koja se nakon odvajanja SNS vraća svojim pozicijama u donjem desnom kvadrantu (partikularističke i autoritarne politike, umerena ekonomska pozicija). Zbog svega ovoga, partijski sistem sve više izgleda poput grčkog slova  $\Omega$  (omega) koje je blago nagnuto na desno.

Dakle, ukoliko prepozicioniranje posmatramo u dužem vremenskom periodu i ako smo fokusirani na veće stranke (ili one koje predvode koalicije), očigledno je da je došlo do uočljivog sužavanja ideološkog prostora u Srbiji. Ipak, u trenutnom institucionalnom aranžmanu male stranke još imaju značaj, pa se ni njihove ideološke pozicije ne mogu potpuno zanemariti. Ovo se naročito odnosi na stranke radikalne desnice (SRS, Dveri) koje su ostale bez parlamentarnog statusa, ali sa relevantnim izbornim rezultatima, ali i nove gubitnike na izborima 2014.godine - DSS, LDP i URS.

<sup>4</sup> <http://eizbori.com/istrazivanje-sns-bio-ubedljivo-najzastupljeniji-tokom-predizborne-kampanje/>



Pozicioniranje u ideološkom prostoru: (Stojiljković, Spasojević, 2014)

### Studija slučaja: Levica u Srbiji - izborne poruke i pouke

Drugi zanimljiv fenomen je slabljenje i fragmentiranost političke levice. Na martovskim izborima sve stranke (samo) proklamovane levice nisu ukupno prikupile ni 30 odsto glasova. Posebno zanimljiva je činjenica da je to ukupan zbir glasova koje su dobile tri (SPS-PUPS-JS, DS, NDS), odnosno, ako računamo i doprinos Ljajićevog SDPS listi oko naprednjaka, čak četiri suprotstavljene izborne liste.

Očito da su u Srbiji samoproklamovane partije (socijaldemokratske levice), ali i sindikati i NVO, beskraino fragmentirane i podeljene na one na vlasti i one u opoziciji toj vlasti. Istovremeno, one jedva da su u praksi išta više od patronažnih udruženja bez jasnog socijalnog i političkog identiteta. Najbolji test za meru njihovog levog usmerenja su, recimo, efekti njihove participacije u vlasti na ostvarenje vrednosti solidarnosti i socijalne kohezije, na jednoj, i veličina stečene imovine njihovih funkcionera, na drugoj strani. Ili pak „kvantni skok” proizvedenih podela i zaokreta koji obeshrabruje pristalice, uključujući i poslednju podelu demokrata na DS i NDS. O logici, kriterijima i dinamici partijskih podela u Srbiji pisao sam u drugim svojim radovima (Stojiljković, 2007, 2008, 2011). Na ovom mestu, konstatovaću da devedesetih godina 20. veka, na početku procesa političke pluralizacije, na prostor socijaldemokratske levice pretenduju dva oštro suprotstavljena bloka. Jedan čini vladajuća, ksenofobična, demagoška, nacional-socijalistička pseudolevica (SPS, JUL). Drugi, unutar opozicije okupljeno građansko-demokratsko (DS,GSS) i slabo, socijalliberalno krilo (LSV, SDU, SDP). Nakon promena 2000. godine, postupnom programskom evolucijom i demokrata i socijalista – nastojanjem da se prepozicioniraju na prostor socijaldemokratije, kao i paralelnim procesom ulaženja SPS u proevropski politički mainstream, došlo je do međusobnog približavanja, čak koalicione saradnje u periodu 2008 – 2012. godina. Promena koalicionih partnera nakon toga govori, međutim, u prilog oceni da se radilo tek o taktičkoj opciji za zaposedanje

vlasti, a ne o strateškom političkom izboru. Tome su u velikoj meri doprineli i katastrofalni ekonomski i socijalni efekti „socijalno odgovornih“ vlasti, neadekvatno reagovanje na izbijanje krize i raširena korupcija.

Iskreno rečeno, propadanju radništva i sindikata kao „svoje“ političke klijentele, odlučujuće je doprinela upravo samoproklamovana levica - prvo je (nacional) socijalistička SPS uvela Srbiju u rat i izolaciju, a onda su nas nakon kratke faze normalizacije, evrokompatibilne elite kroz politički ili „burazerski kapitalizam“ dodatno razvlastile i osiromašile. Ne čudi zato činjenica da pred izbore svaka izborna lista ima po neku (patuljastu) socijaldemokratsku stranku i nekakav sindikat koji za jedno ili dva prolazna mesta na poslaničkim listama nude svoju podršku. Partneri se pritom menjaju po principu: ko da više. Izborni savez ASNS sa tržišno-liberalnim LDP ili pak transfer „Sloge“ od socijalista ka Đilasovim demokratama, koje su pak sa svoje strane do skoro saradivale sa sindikalistima iz Konfederacije, samo su neki od lokalnih paradoksa. Paradoksa zbog kojih izborna scena u Srbiji neodoljivo podseća na vašarište ili provincijski bazar. Fragmentiranoj i prenaseljenoj partijskoj ponudi odgovara ista takva sindikalna tražnja, pri čemu svaki politički „sposoban kupac“ može za mandat-dva u parlamentu pokupovati sve one koji se ne usuđuju da sami uđu u izbornu arenu, ili ne mogu da steknu status relevantnog i reprezentativnog sindikata.

Srbija tako očito spada u red država sa plitkim, nerazvijenim političkim tržištem. Nediferenciranoj tražnji koju obrazuje velika većina siromašnih, nezaposlenih i frustriranih (dugim propadanjem zemlje) građana, odgovara preobilna ponuda impregnirana demagogijom i navodnom brigom za „običnog“ čoveka, kao i visokofrekventnim napadnim pominjanjem solidarnosti i socijalne pravde.

Istini za volju, politički preduzimači u zemljama periferije su pritom na vetrometini između glasača i zahteva domaćih i međunarodnih sponzora. Prostor i sadržaji vođenih javnih politika, uključiv i „socijalno odgovornu vladu“ koalicije demokrata i socijalista, paradigmatičan su primer za tvrdnju sociologa Ivana Krasteva da sve stranke i koalicije na Balkanu u vreme izbora uđu u strasnu ljubavnu vezu sa (siromašnim) biračkim telom, a kada dođu na vlast stupaju u brak sa međunarodnim finansijskim organizacijama (Krastev, 2004). Birači na nacionalnim izborima još i mogu da menjaju nomenklature na vlasti, ali ne i ključne elemente globalizovane ekonomske i socijalne politike.<sup>5</sup>

Treba naglasiti da problem Srbije i zemalja u regionu, koje ulaze u iscrpljujuću trku da pružanjem sve većih pogodnosti privuku strane investicije, nije, kako se to često u javnosti može čuti, „prezaštićeno“ radništvo, već odsustvo pravila igre, slabo antimonopolско zakonodavstvo i „politički kapitalizam“, odnosno, bogaćenje uz prisustvo i pomoć vlasti.

Ovaj kratki pregled mogli bismo zaključiti konstatacijom da, ovakva kakva je, (socijaldemokratska) levica u Srbiji, i ne samo u njoj, nema nikakvu budućnost.

<sup>5</sup> Umesto bilo kakvog „uputstva za upotrebu“ glasačkog listića predložimo svim građankama i građanima, da dobro porazmisle i potraže odgovore na pitanja: Ko su politički sponzori neuspešnih privatizacija? Ko je i kroz koje mehanizme omogućio „uspešnim“ preduzetnicima da uruše nacionalne banke sa većinskim državnim kapitalom? Kojim linijama su bez ikakve kontrole i procena deljene subvencije i razvojni krediti? Zašto najbogatiji ne plaćaju poreze u zemlji i zašto ni „socijalno odgovorne“ vlasti u Srbiji nisu uvele progresivno oporezivanje umesto da se kroz „solidarne poreze“ oporezuju i zarade od „čitavih“ 500 evra? Ko se proslavilo skečom da će lakše otpuštanje automatski dovesti i do lakšeg zapošljavanja kao da zapošljava zakon, a ne uspešni razvojni projekti i strategije?



Akteri na političkoj levlci, posebno nakon izbora 2014. godine morali bi da ozbiljno razmisle o meri i konačnim efektima svoje logike koalicionog preživljavanja i boravka u vlasti (Ljajićeva SDPS, ali i koalicija oko SPS). Na drugoj strani, još se radikalnije nameće potreba, unutar izbornih gubitnika iz redova demokrata, radikalnog strateškog, identitetskog i kadrovskeg preoblikovanja u narednih godinu-dve na „opozicionoj levlci“. Postojeći scenariji i izvođači su očito prešli svoje zenite i mala je verovatnoća da će doneći nešto bitno drugačije i bolje.

U tom okviru posebno je aktuelan odgovor na pitanje šta se događa sa DS? Koliki su sada njeni kapaciteti da se reformise i okupi takozvanu građansku Srbiju?<sup>6</sup>

Srbija i njene građanke i građani nesporno trebaju relevantnu stranku socijal - liberalnog levog centra, sposobnu da balansira izazove tržišne reforme i njihovu socijalnu održivost. Reformski modernizam, uz poziv na socijalnu empatiju i solidarnost su i doveli demokrate na vlast.

Pretvaranje stranke u federaciju interesnih grupa i lobija na vlasti, neuspeh da se upravlja društvom u krizi i, posebno, raširene optužbe za korupciju vodili su, međutim, ka izbornom neuspehu i silasku sa vlasti. Serija unutarstranačkih sukoba i razlaza i odbijanje da stranačke strukture mentalno prihvate opozicionu poziciju vodili su daljem fragmentiranju i gubljenju podrške. Stranka je očito na sudbinskoj prekretnici. DS mora da uđe u temeljne organizacione promene i redizajniranje imidža, uključiv i traganje za novim kredibilnijim liderstvom otvorenijim i za komunikaciju sa civilnim društvom i sindikatima.

## Otvorene dileme i izazovi

Ovoga puta ostvareni izborni rezultat (dominacija jedne stranke i lidera) otvara prostor za rizik sprovođenja nepopularnih mera što je i bio (ne) formalan razlog raspisivanja prevremenih izbora. Otvara se, međutim, legitimno pitanje da li je politički konsenzus bez ostvarenog socijalnog dogovora dovoljan i za njihovo uspešno ostvarivanje?

U (privremenom) povlačenju etničkih i istovremenoj nedospelosti socioekonomskih osnova partijske kompeticije, ona će se odvijati unutar rata za poverenje birača i sticanja imidža političke partije i lidera koji hoće i mogu da sprovedu zadate ciljeve. Posledično, birači često menjaju percepciju koja partija ili lider bi najverovatnije mogao da postigne željene ciljeve, pa su i uticaji kratkoročnih efekata poput imidža partije i harizme kandidata na izborna opredeljenja tim veći. Osnovna ideološko-politička dimenzija rascepa tako pokazuje značajnu nestabilnost i podložnost na kratkoročne uticaje i preoblikovanje, a ideološke barijere su poslednjih godina rušene jedna za drugom.

<sup>6</sup> Izborni neuspeh rezultat je činjenice da su najveće promene nastale u strukturi nekadašnjih pristalica DS. Najpre, najveći deo onih koji su glasali za ovu politiku opciju pre godinu i po dana, njih 51 odsto, sada kažu da su neodlučni ili da ne žele da participiraju na izborima. Ono što je još poraznije za ovu političku opciju je činjenica da je samo 17% onih koji su pre dve godine glasali za DS reklo da će ponovo glasati za ovu političku opciju. Ostatak „odlivanja“ glasova bio je usmeren na dve političke opcije NDS i SNS. Ka NDS je otišlo 14% nekadašnjih pristalica DS, što je i očekivano s obzirom na razlaz sa bivšim liderom ove stranke Tadićem, koji je sada lider NDS-a. Međutim, svaki osmi birač DS je prešao na „suprotnu“ stranu izjavom da planira da glasa za SNS. Sve ovo je dovelo DS na ivicu izbornog cenzusa, a svoj parlamentarni status najverovatnije duguju procesu u kome se jedan procenat onih koji su rekli da razmišljaju za koga da glasaju vratilo svojem ranijem izbornom opredeljenju (Vuković, 2014).



Čini se da zato da konačno možemo očekivati da, sa poprimanjem obeležja umerenog pluralizma - kada smanjivanjem ideološke distance i broja igrača stranke počinju da se sve više ponašaju po modelu kartel partija i politička ponuda postane stabilnija i dovede do konsolidacije partijskog sistema. Na tom putu period dominacije jedne stranke ili koalicije, ovoga puta SNS, se pokazuje kao kraća ili duža epizoda poput ranijeg iskustva sa SPS-om ili DOS-om. Stare bolesti ostaju ipak, uz zabrinjavajuću, pred izbore 2014. godine rasprostranjenu političku farsu u kojoj je opozicija slaba i dezorganizovana, koketirajući više sa vlašću nego što nastoji da joj bude korektiv, što povećava razmere političke neodgovornosti na obe strane. U javnosti je cinično konstatovano da je suština ovih izbora kasting za izbor (slabih) namerno oslabljivanih partnera SNS i Vučića.

Eksploatacija rascepa i podela u društvu je stvarnost, ali uz pomeranje ka socioekonomskim linijama partijskog grupisanja, koje se više ne mogu ignorisati.

Prečesto je uspeh meren ne nekim suštinskim reformskim postignućem, već dostizanjem tačke u kojoj vraćanje na staro postaje malo verovatno.

Naprasno evropejstvo bivših radikala ih je učinilo prihvatljivijim širim društvenim slojevima, uključujući i mlade i obrazovane, a činjenica da su se pregovori sa Prištinom i Briselom pomerili sa mrtve tačke pojačali su uverenje da će nova Vlast imati rezultate. Ova vera pomešana sa kultom Vučića daće trenutnoj vlasti rezervoar poverenja još neko vreme. On se lako može isprazniti budu li interesi građana zapostavljeni, a kritička upozorenja i argumenti tek resurs u političkoj (dis)kvalifikaciji.

Iako su interesni rascepi koliko toliko pod proceduralno-demokratskim okvirom, a demokratija polako postaje „jedina igra u gradu“, ona se još uvek igra podmuklo, uz učešće veto igrača iz senke i sivih zona moći.

Zagovornici nedemokratskih rešenja su, ipak, potisnuti iz političkog polja. Populizam je još uvek jeftin i biće sve dok suočavanje sa surovom stvarnošću postane neizbežno. Jedno je sigurno - kada se demokratija konsoliduje i institucije očvrstnu, one dobijaju sopstvenu moć. (Barišić, 2014:93-94). Sistem tako dobija osnovu za ubrzanje daljeg demokratskog razvoja, odnosno smanjuju se šanse za kretanje u suprotnom pravcu. Svojevrsna je ironija političke *fortune* da će stižavanju politike znamenja i artikulaciji socioekonomskih rascepa morati da se posvete stranke starog režima- SNS i SPS.

## **Umesto epiloga**

U kriznim vremenima populistički pokret i vođa na vlast dolaze kritikom birokratizovane i otuđene aktuelne elite i naglašenom antikoruptivnom retorikom. Populistički obrazac je, međutim, dugoročno neodrživ. Populistička vladavina završava ili postupnom evolucijom u institucionalizovani demokratski sistem ili, još pre i lakše, i u tome je „paradoks populizma” - pojavom i dolaskom na vlast novog populističkog lidera i stranke. Najtrajnije korišćeni legitimacijski osnov političarskog populizma su antikoruptivna retorika i obećanja. No, najava borbe protiv korupcije, lako postane „Pirova pobjeda” ali i opstaje kao „feniks koncept” koji se ponovo rađa iz populističkog pepela tražeći novog izvođača.

U biti „večnog vraćanja” populizma kao da su pre nezadovoljene potrebe i želje građana, uz njihovu paralelnu nesposobnost samoorganizovanja, nego sam populistički politički stil ili harizma lidera. Slobodana Miloševića, Vojislava Koštunicu, Borisa Tadića ili danas Aleksandra Vučića u Srbiji, pre su proizvele frustracije i kontinuitet u propadanju i osiro-

mašenju naroda u Srbiji nego njihove harizmatične osobine ili čak sam manipulativni vladavinski populistički obrazac.

U osnovi raširenog populističkog političkog mentaliteta i stila po mome sudu je duh pasivnosti i očekivanje da će sve probleme da reše država i vođa, a ne samoorganizovanje građana. Upravo to, pragmatične populiste navodi da daju olaka obećanja masama, koje se kasnije završavaju masovnim razočarenjima, jer su praktično neostvarljiva. Formula uspeha je govoriti ono što narod u datom trenutku želi da čuje i što ga najviše brine. U političkom govoru se tako visokofrekventno ponavljaju fraze o: „boljem životu”, „poslu za sve”, „socijalnoj pravdi”, „transparentnosti”, „borbi protiv korupcije i kriminala”, „stranim investicijama”, o „Evropi bez alternative”, „reindustrijalizaciji, ili „Kosovu kao srcu Srbije”, i „departizaciji”. Svaka od njih na neki način postala je obeležje jednog vremena, ali bez konkretnih rezultata. Po potrebi one se iznova koriste i čine populizam trajnim obeležjem političkog života.

Da bismo izašli iz ovog začaranog kruga nama umesto „dešavanja naroda“ (Vitezović) tek treba da se dese građani. Barber povlači jasnu razliku između „naroda“ i „mase“ sa jedne, i „građana“ sa druge strane. „Mase prave buku, građani prosuđuju; mase se ponašaju, građani deluju; mase se sudaraju i presecaju, građani se angažuju i doprinose. U trenutku kada „mase“ krenu prosuđivati, delovati i doprinositi, one prestaju da budu mase i postaju građani. Jedino onda oni „participiraju“.

No, ako su mediji kontrolisani i neslobodni, ako je pravosuđe zavisno i ako je zakonodavstvo isključivo partijski monopol i kreacija, onda su javna rasprava i civilni dijalog kao pretpostavka samog oblikovanja građanstva tek politički ritual i demokratski ukras. Kao i dobar deo građana Srbije, duboko me frustrira osećaj da čitave dve decenije nakon velikih građanskih protesta šanse da dobijemo robusno i kuražno civilno društvo, autonomne sindikate, odgovorne i kompetentne političare, uljudnost, obzirnost i sklonost ka argumentovanom dijalogu kao dominantan društveni obrazac, stoje gotovo jednako loše. No bes, kao ni beg iz javne arene, nisu adekvatan odgovor na frustracije. Odgovor jeste u upornom „treniranju i vežbanju demokratije” i uvećanju socijalnog i političkog kapitala. Jer, kao što je to dobro definisao Robert Putnam, društvo koje nema razvijenu svest o građanskoj participaciji i koje gaji podaničku političku kulturu ne može ni da očekuje efikasne političke i upravne institucije. Takvi građani, bolje reći podanici, preuzimaju ulogu otuđenih i ciničnih molitelja (Putnam, 2003).

U tom okviru, ostaje da verujemo u građanske inicijative i socijalne mreže - u „pokret otpora” koji u poslu „nadziranja demokratije“ objedinjuje nevladin sektor, sindikate, autonomne medije, akademsku zajednicu i nezavisne državne organe. Naravno, tek kada i oni sami dosegnu dovoljan nivo demokratskog prkosa. Tek zajedno oni mogu da omeđe, kontrolišu i usmeravaju polje politike. Nadgledanje demokratije (Kin) pretpostavlja izbor političkih poslanika od strane građana, a ne političkih oligarhija, ali i pun uvid u njihove radne biografije i imovinske karte. Paralelni iskorak čini i otvaranje političkih institucija i procesa kreiranja javnih politika za građanske zakonodavne inicijative, civilnu kontrolu i nadzor, javne rasprave i praksu javnih slušanja, a ne za tek njihovu parodiju u vidu naručenih ditiramba i udvoričkih pamfleta.

Građanska pobuna protiv nedemokratske vlasti podrazumeva širok spektar iskazivanja nezadovoljstva, od kritičnog socijalnog dijaloga do neposlušnosti i uključivanja u kam-

panje, proteste i pokrete, kojim se traži da vladajuća struktura odstupi sa vlasti. Najzad, ako je reč o nekoj vrsti moga „vjeruju” ono se može sažeti u stav da je jedini lek za opasnu boljku populizma kao sistema uzajamnog varanja u kome učestvuju vođe, ma kako se one zvale, ali i infantilni građani nespemni da odrastu i prestanu da tragaju za vođom koji će ih osloboditi tereta odlučivanja, samo samorefleksija i demokratski aktivizam.

## **LITERATURA:**

Barišić, Matija (2014): Uticaj socijalnih rascepa na polje politike u Srbiji, master rad, Fakultet političkih nauka u Beogradu

Krastev, Ivan (2004): Zamka nefleksibilnosti, BFPI, Beograd.

Keane, John, (2007): Prijedlog za pravno promišljanje podrijetla i budućnosti predstavničke vladavine, Anali Hrvatskog politološkog društva, Zagreb

Putnam, Robert (2003). Kako demokraciju učiniti djelotvornom: Civilne tradicije u modernoj Italiji. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu.

Stojiljković, Zoran (2007): Socijaldemokratija u Srbiji – prostori, šanse i mogućnosti, u: Brana Marković i Zoran Stojiljković, Socijaldemokratija i socijaldemokratske stranke, Službeni glasnik, Beograd

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

Stojiljković, Zoran (2011): Političke familije u evropskom parlamentu, u: Gordana Pilipović i Zoran Stojiljković (ur.) Političke grupacije u Evropi, KAS i EPUS, Beograd

Stojiljković, Zoran, Spasojević, Dušan ( 2014), Javne politike u izbornoj ponudi, KAS, Beograd (u štampi)

## **Istraživanja:**

Mihailović, Srećko et al. (2005): Političke podele u Srbiji – pet godina posle, CeSID, Beograd

Mihailović, Srećko et al. (2006): Izgradnja proevropske demokratske kulture kroz jačanje kapaciteta kreatora javnog mnjenja, CeSID, Beograd.

Mihailović, Srećko et. al. (2010): Vrednosti i identiteti građana Srbije u kontekstu evropskih integracija, 1, 2 i 3, Oktobar 2009 – Februar 2010.

Vuković, Đorđe, Čolović, Ivo, Stojiljković, Zoran (2014), Stanje demokratije u Srbiji: demokratija, poverenje i participacija, CeSID/NDI, Beograd.

## NOVAC I IZBORI

Zoran Stojilković, član Odbora Agencije za borbu protiv korupcije<sup>7</sup>

Izborni proces u modernim demokratijama nije moguće zamisliti bez masovnih kampanja, mitinga, konvencija, velikih marketinških strategija i akcija, rečju političkih svetkovina i rituala namenjenih publici - biračima koji u u svom posedu drže najdragoceniju političku valutu: svoje poverenje i glas.

Dolazak do svakog od tih glasova zahteva ulaganje značajnih resursa, kako bi politička poruka dospela do milionskog biračkog tela tako da su, posledično, moderna politika i moderni izborni proces u velikoj meri uslovljeni količinom resursa koje svaki kandidat ili politička opcija ima na raspolaganju. Političari i njihovi profesionalni savetnici, u želji da realizuju svoje izborne ciljeve, sprovode istraživanja javnog mnjenja, kreiraju slogane i reklame, utvrđuju političku agendu, organizuju terenske kampanje, saraduju sa medijima i bore se za dominaciju u udarnim informativnim emisijama.

U međuvremenu, napravljen je korak od modernih ka, još zahtevnijim i skupljim, postmodernim kampanjama. Postmoderne kampanje su kampanje u kojima timovi stručnjaka za advertajzing, istraživanja javnog mnjenja, marketing, medije, postaju gotovo podjednako važni kao i političari, dobijaju mnogo uticajnije pozicije unutar vlasti i vode „permanentnu“ kampanju. Mediji se fragmentiraju u mnogo kompleksnije i nekoherentnije strukture sa mnogobrojnim kanalima komunikacije na različitim nivoima<sup>8</sup>.

Na drugoj strani, novi kanali komunikacije i socijalne mreže (tehnološki) obrazovanim grupama glasača daju priliku da mnogo direktnije komuniciraju sa političarima, ali i utiču na oblikovanje uverenja drugih.

Posledično, kampanje postaju sve skuplje i skuplje, a kontrola novca u politici sve značajnija po održanje minimalnih standarda demokratske izborne participacije.

Koliko je opet teško obezbediti da propisi i standardi u ovoj oblasti budu zaista efektivni govori i to da najosnovnije pravilo o obavezi objavljivanja izveštaja o finansiranju postoji u tek 62% od ukupno 114 država iz kojih su prikupljeni podaci u okviru istraživanja Pinto-Dušinskog<sup>9</sup>. Pri tome **istraživači su saglasni u oceni o raširenoj neefikasnosti u primeni i ovog elementarnog pravila.**

<sup>7</sup> Stavovi autora nisu nužno stavovi Agencije za borbu protiv korupcije.

<sup>8</sup> U ovom kontekstu primer predsedničkih izbora u SAD 2012. godine može poslužiti kao dobra ilustracija toga šta postmoderna, „amerikanizovana“ izborna kampanja podrazumeva. Partije, kandidati i druge organizacije investirali su oko sedam milijardi dolara u predsedničku kampanju u SAD 2012 godine. Bila je to prva kampanja nakon odluke američkog ustavnog suda 2010. godine u predmetu „Ujedinjeni građani protiv Federalne izborne komisije“ kojom se sloboda govora zagantovana Prvim amandmanom Ustava SAD mora garantovati ne samo za pojedinca koji daje donaciju u političke svrhe, već i za korporacije, sindikate, itd. Na taj način van snage su stavljena sva ključna ograničenja u pogledu donacija korporacija kandidatima na izborima, što je naravno rezultiralo i najskupljom izbornom kampanjom u istoriji SAD. Što se tiče troškova kampanje, procenjuje se da je oko 6 milijardi dolara potrošeno na kampanju u svim vrstama medija. Više od 953 miliona dolara je potrošeno samo na TV reklame.

<dostupno na: [www.opensecrets.org/pres12/expenditures.php](http://www.opensecrets.org/pres12/expenditures.php)>

<sup>9</sup> Michael Pinto-Duschinsky, Financing Politics: Global View, Journal of Democracy, vol. 13, No. 4. October 2002, p. 75 <dostupno na: [www.tcd.ie/Political\\_Science/undergraduate/module-outlines/ss/political-parties/PolP/PintoDuchinskyJoD02.pdf](http://www.tcd.ie/Political_Science/undergraduate/module-outlines/ss/political-parties/PolP/PintoDuchinskyJoD02.pdf)>

Objavljajući ovaj, treći po redu, izveštaj Agencija za borbu protiv korupcije izražava uvjerenje da je vršenje kontrole i nadzora, kao i javno publikovanje dobijenih nalaza, osnovna pretpostavka za podizanje kapaciteta organa zaduženih za kontrolu izbora, ali i za ispunjenje prava građana da znaju ko i pod kojim uslovima daje novac onima koji se takmiče za njihovu podršku. Istovremeno, to je i prvi korak kojim se formira solidna osnova za široku javnu raspravu o ponašanju izbornih aktera i održivosti postojećih zakonskih rešenja<sup>10</sup>.

### **Troškovi u izbornoj kampanji 2014. godine**

U prikazu i analizi tokova novca na izborima održanim 2014. godine metodski polazimo od principa da prvo, kontrolom i monitoringom utvrdimo rashode izbornih aktera, da ih uporedimo sa evidentiranim i dokazivim prihodima, a da onda na konstatovanoj razlici tragamo za prostorima potencijalne političke korupcije i trgovine uticajem.

Iako je Agencija za borbu protiv korupcije, pored parlamentarnih, podnela izveštaj za izbore održane u Beogradu, kao i u pet lokalnih samouprava<sup>11</sup>, ograničiću se samo na prikaz efekata parlamentarnih izbora imajući pritom u vidu činjenicu da su oni angažovali gotovo 95,00% utrošenih sredstava.

Politički subjekti koji su podneli izveštaj o troškovima izborne kampanje za narodne poslanike u 2014. godini<sup>12</sup>, prikazali su rashode u iznosu od 2.101.969.183,17 dinara.

U odnosu na izbore za narodne poslanike u 2012. godini kada su ukupne rashode prikazali u iznosu od 1.682.138.791,34 dinara, iznos rashoda u 2014. godine za iste izbore veći je za gotovo petinu (19,97%) što samo znači da se **tendencija rasta troškova kampanje uporno održava uprkos pratećem narativu o krizi i štednji**.

---

<sup>10</sup> Rad političkih stranaka i drugih političkih aktera u Srbiji regulisan je Zakonom o političkim strankama („Sl. glasnik RS“ br. 36/2009) i sa nekoliko posebnih zakona kao što su: Zakon o finansiranju političkih aktivnosti („Sl. glasnik RS“ br. 43/2011) koji sadrži odredbe o izvorima finansiranja uključujući i finansiranje izbornih kampanja, transparentnosti, nadzoru i sankcijama; Zakon o izboru predsednika Republike („Sl. glasnik RS“ br. 111/2007 i 104/2009 - dr. zakon); Zakon o izboru narodnih poslanika („Sl. glasnik RS“ br. 35/2000, 57/2003 – odluka US, 72/2003 – dr. zakon, 75/2003 – ispr. dr. zakon, 18/2004, 101/2005 - dr. zakon, 85/2005 - dr. zakon, 28/2011 – odluka US i 36/2011 i 104/2009 - dr. zakon) i Zakon o lokalnim izborima („Sl. glasnik RS“ br. 129/2007, 34- odluka US i 54/2011) koji sadrže pravila o tehničkim aspektima izbornih procesa. Ovi zakoni su dopunjeni pravilima i odlukama Republičke izborne komisije.

<sup>11</sup> Izbori za odbornike u Skupštine opštine Bor, Arandelovac, Pećinci, Negotin i gradske opštine Sevojno. U 2014. godini održani su i izbori za odbornike u Skupštinu opštinu Majdanpek, ali oni nisu obuhvaćeni ovim izveštajem jer je političkim subjektima rok za dostavljanje izveštaja o troškovima izborne kampanje istekao tek 8. oktobra 2014. godine.

<sup>12</sup> Od 19 političkih subjekata koji su proglasili izborne liste za narodne poslanike, izveštaj o troškovima izborne kampanje za narodne poslanike nije dostavila samo grupa građana „Patriotski front – dr Borislav Pelević“.

Tabela 1: Struktura rashoda političkih subjekata za izbore za narodne poslanike u RSD

Politički subjekti	Izborni materijal	Javni događaji	Troškovi oglašavanja	Ostali troškovi	Ukupno
Crnogorska partija	0,00	0,00	0,00	76.150,04	76.150,04
SDA Sandžaka	10.769.199,00	4.545.562,00	498.592,00	1.730.736,98	17.544.089,98
DSS	25.158.732,01	6.136.151,48	63.502.121,39	1.532.382,00	96.329.386,88
PDD	3.133.234,00	6.319.831,00	1.846.397,00	2.971.034,00	14.270.496,00
Ruska stranka	65.040,00	4.000,00	0,00	48.251,00	117.291,00
Dosta je bilo - Saša Radulović	1.064.876,79	827.212,10	5.287.905,32	2.329.771,58	9.509.765,79
Koalicija Rusinska DS, Slovačka DS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GG Treća Srbija	4.580.591,71	566.130,00	3.749.819,59	40.296,65	8.936.837,95
Koalicija LDP, BDZS, SDU	25.276.489,12	3.218.767,24	135.153.673,89	1.637.587,83	165.286.518,08
GG Dveri	1.208.193,70	2.498.435,42	2.556.344,30	3.067.569,66	9.330.543,08
SVM	8.802.577,56	1.346.592,00	11.673.654,00	3.297.754,23	25.120.577,79
Koalicija DS, NS, Bogata Srbija, DSHuV i USS	26.391.454,03	8.957.808,36	57.681.131,71	7.354.856,88	100.385.250,98
URS	17.793.349,32	2.525.877,06	157.265.643,99	3.348.327,50	180.933.197,87
Koalicija SPS, PUPS, JS	55.476.214,00	36.348.647,00	242.824.632,00	6.944.091,00	341.593.584,00
Koalicija NDS - Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu, DLR	24.987.375,33	7.353.670,94	125.962.168,09	15.760.097,50	174.063.311,86
SRS	9.989.740,45	6.000,00	1.805.252,00	3.164.771,47	14.965.763,92
Koalicija SNS, SDPS, NS, SPO, Pokret socijalista	92.260.510,24	5.237.079,94	678.285.210,42	166.364.275,30	942.147.075,90
Koalicija BDZ, Građanski savez Mađara, DZH, Pokret mađ.nade, Stranka mađ. jedinstva	281.332,00	0,00	140.544,00	937.466,05	1.359.342,05
<b>Ukupno</b>	<b>307.238.909,26</b>	<b>85.891.764,54</b>	<b>1.488.233.089,70</b>	<b>220.605.419,67</b>	<b>2.101.969.183,17</b>

Analizirajući trendove u trošenju sredstava u kampanjama može se doći i do sledećih opštih zaključaka:

Celokupna izborna kampanja u Republici Srbiji košta između jedne i tri milijarde dinara. Oko milijardu dinara se potroši na predsedničke, a **nešto više od dve milijarde na parlamentarne izbore.**

**Političke stranke u Srbiji se očigledno sve više okreću posredovanoj komunikaciji sa biračima bilo da se radi o elektronskim medijima ili bilbordima na ulicama čime se samo dalje povećavaju ukupni troškovi kampanje.**

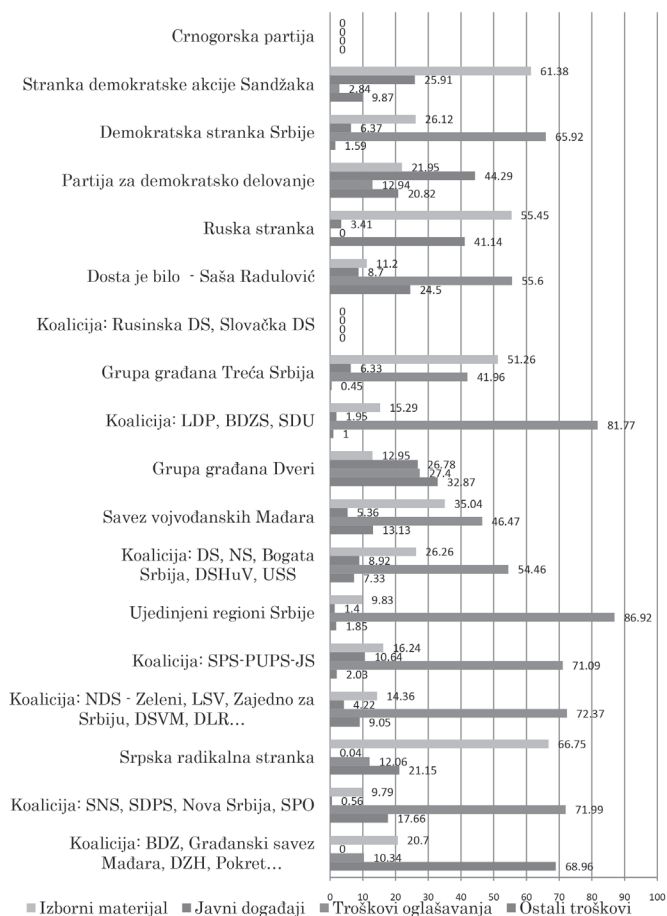
Pri tome, angažman marketinških agencija može obuhvatati raznovrsne promotivne aktivnosti, od proizvodnje spotova, zakupa vremena u elektronskim medijima, preko pripreme konvencija, najma prostora za bilborde, itd.

Najviše sredstava izdvojeno je, ponovo, za pokrivanje troškova javnog oglašavanja (70,80%) što je ipak nešto manje od utrošenih sredstava za istu namenu u 2012. godini (77,67%).

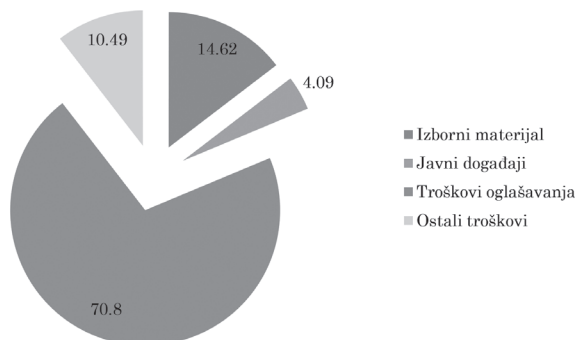
Na drugoj strani, nešto su povećani troškovi izbornog materijala u 2014. godini i oni predstavljaju 14,62% od ukupnih rashoda, dok je u 2012. godini ovaj rashod iznosio 12,94% od ukupnih rashoda.

Paralelno sa rastom tehnološke pismenosti, oglašavanje i generalno vođenje kampanje na Internetu sve se više javlja kao metod koji počinju da prate pre svega veće stranke.

*Grafikon 1: Struktura rashoda političkih subjekata za izbore za narodne poslanike 2014. godine (u %)*



Grafikon 2: Struktura vrsta rashoda u izbornim kampanjama 2014.godine za izbor narodnih poslanika (u %)



Kada je o toškovima pojedinih izbornih aktera reč, vodeće političke stranke (u slučaju izbora 2012. godine DS i SNS) troše između dva i po i četiri miliona evra po pojedinoj kampanji (predsednički i parlamentarni izbori), odnosno oko osam miliona evra kada se radi samo o jednim izborima - slučaj SNS na izborima 2014.godine.

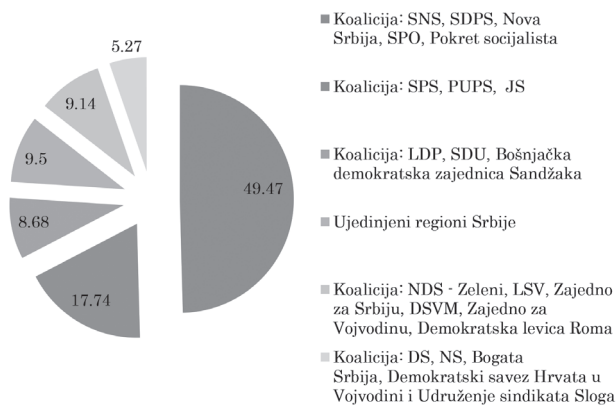
Između dva izborna ciklusa došlo je i do značajne izmene u redosledu „najvećih potrošača“.

Tako recimo, troškovi kampanje za parlamentarne izbore koje su 2012. godine G17 i DS prijavili iznosili su po četvrtinu ukupnih troškova parlamentarnih izbora.

Troškovi koje su na tim izborima prijavili LDP (12%), SNS (16%) i SPS (10%) činili su zajedno dalju trećinu ukupnih troškova kampanje, dok su svi ostali akteri izbora utrošili tek nešto više od jedne desetine sredstava.

#### Distribucija troškova u 2014.godini

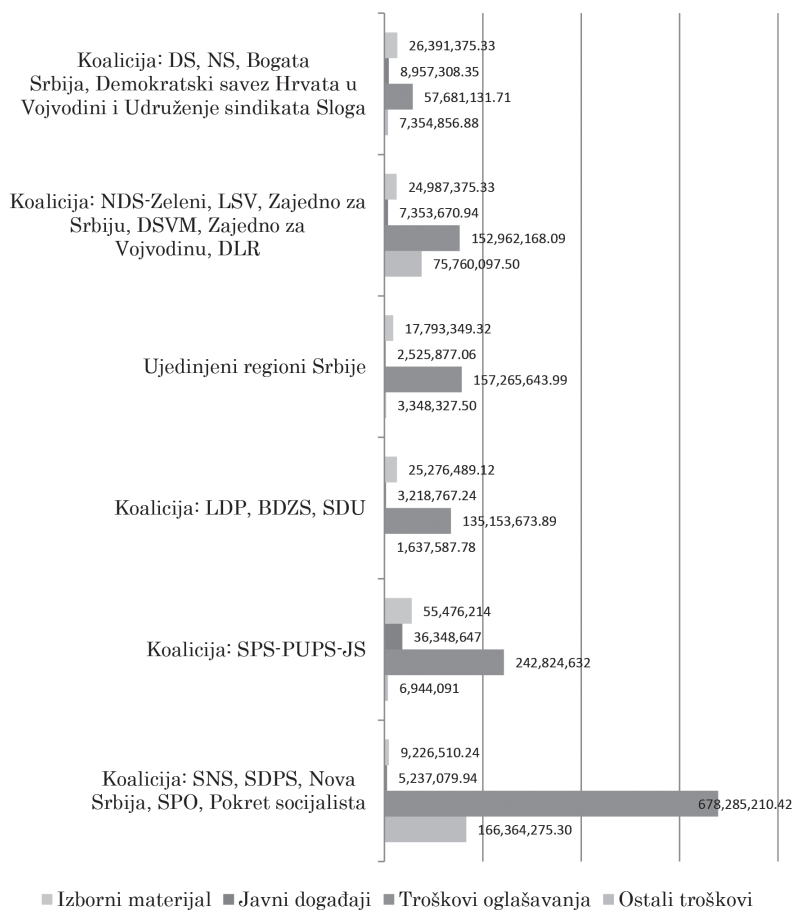
Grafikon 3: Pregled šest političkih subjekata sa najvećim rashodima u izbornim kampanjama za narodne poslanike 2014. godine (u %)





Za kampanju za izbore za narodne poslanike 2014. godine ubedljivo najviše je potrošila koalicija oko Srpske napredne stranke i to ukupno 942.147.075,90 dinara ili gotovo polovinu sredstava što odgovara i ostvarenom izbornom rezultatu. Indikativno je da je rastao samo još udeo koalicije oko SPS dok su udeli svih ostalih značajnih aktera opali, posebno u slučaju oba krila nekada jedinstvenog DS.

Grafikon 4: Struktura rashoda šest političkih subjekata sa najvećim iznosima u izbornim kampanjama 204.godine za izbor narodnih poslanika (u RSD)



## Izborni prihodi

Za izbore održane u prvoj polovini 2014. godine, politički subjekti koji su podneli izveštaje Agenciji, ostvarili su ukupno 1.740.847.519,27 dinara prihoda zajedno sa kreditima i zajmovima. Od tog iznosa 1.656.429.874,07 dinara ili 95,15% se odnosi na prihode i kredite i zajmove koje su politički subjekti ostvarili u izbornoj kampanji za izbore za narodne poslanike.

Tabela 2: Struktura prihoda političkih subjekata za izbore za narodne poslanike u RSD<sup>13</sup>

Polit. subjekt	Novčana sredstva iz javnih izvora	Prilozi fizičkih lica	Prilozi pravnih lica i med. udruž.	Sopstv. sredstva	Prihodi (1+2+3+4)	Kredit i zajmovi	Ukupno prihodi (5+6)
	1	2	3	4	5	6	7
Crnogorska partija	0,00	76.509,00	0,00	0,00	76.509,00	0,00	76.509,00
SDAS	16.944.089,39	600.000,00	0,00	0,00	17.544.089,39	0,00	17.544.089,39
DSS	8.915.555,00	1.311.146,40	11.500.000,00	1.742.400,00	23.468.101,40	30.000.000,00	53.469.101,40
PDD	14.270.729,00	0,00	0,00	0,00	14.270.729,00	0,00	14.270.729,00
Ruska stranka	0,00	9.950,00	0,00	110.000,00	119.950,00	0,00	119.950,00
Dosta je bilo - Saša Radulović	8.915.555,00	0,00	594.211,35	0,00	9.509.766,35	0,00	9.509.766,35
Koalic. Rusinska DS, Slovačka DS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
GG Treća Srbija	8.896.541,31	9.010.000,00	0,00	0,00	17.906.541,31	0,00	17.906.541,31
Koalic. LDP, BDZS, SDU	8.915.555,00	13.013.970,00	0,00	0,00	21.929.525,00	0,00	21.929.525,00
GG Dveri	8.915.555,00	414.960,00	0,00	0,00	9.330.515,00	0,00	9.330.515,00
SVM	24.981.077,78	135.000,00	0,00	498.500,00	25.614.577,78	10.000.000,00	35.614.577,78
Koalic. DS, NS, DSHuV, USS	59.789.710,47	2.585.225,00	8.203.000,00	420.000,00	70.997.935,47	0,00	70.997.935,47
URS	8.915.555,00	4.415.640,00	9.975.000,00	76.762.000,00	100.068.195,00	0,00	100.068.195,00
Koalic. SPS, PUPS, JS	126.729.388,72	99.089.408,00	52.363.489,00	400.000,00	278.582.285,72	0,00	278.582.285,72
Koalic. NDS - Zeleni, LSV, ZZS, DSVM, DLR	57.112.123,34	3.511.406,32	2.716.459,00	2.288.000,00	65.627.988,66	0,00	65.627.988,66
SRS	8.915.555,00	0,00	0,00	456.420,00	9.371.975,00	5.800.000,00	15.171.975,00

<sup>13</sup> U tabeli nije prikazana kategorija „usluge dobara iz javnih izvora“ jer nijedna stranka nije prijavila prihode po ovom osnovu.

Koalic. SNS, SDPS, NS, SPO, PS	431.974.321,04	111.724.684,00	505.000,00	0,00	544.204.005,04	400.000.000,00	944.204.005,04
Koalic. BDZ, GSM, DZH, Pokret mađ. nade, Stranka mađ. jed.	1.359.342,05	646.842,90	0,00	0,00	2.006.184,95	0,00	2.006.184,95
<b>Ukupno</b>	<b>795.550.653,10</b>	<b>246.544.741,62</b>	<b>85.857.159,35</b>	<b>82.677.320,00</b>	<b>1.210.629.874,00</b>	<b>445.800.000,00</b>	<b>1.656.429.874,07</b>

Grafikon 5: Struktura prihoda političkih subjekata za izbore za narodne poslanike (%)



U odnosu na izbore za narodne poslanike 2012. godine kada su politički subjekti ostvarili prihode sa kreditima i zajmovima u ukupnom iznosu od 1.483.658.256,41 dinara, u 2014. godini su **ostvareni veći prihodi za 10,43%** u odnosu na 2012. godinu. **I pored ostvarenih većih prihoda jaz između prihoda i rashoda (koji su narasli za petinu) se i dalje povećava.**

Uočava se da je 2014. godine došlo do povećanja učešća priloga fizičkih lica u ukupnim prihodima sa kreditima i zajmovima, te tako prilozi fizičkih lica iznose 14,88%, dok je taj procenat u 2012. godini iznosio 8,00%.

Iz navedenih pregleda vidljivo je i da su pojedini politički subjekti za izbore za narodne poslanike ostvarili značajno veće prihode u 2014. godini u odnosu na 2012. godinu - pre svega Koalicija oko Srpske napredne stranke. Ona je 2012. godine ostvarila ukupne prihode sa kreditima i zajmovima u iznosu od 304.184.796,43 dinara što je za čak tri puta manje<sup>14</sup> u odnosu na 2014. godinu kada su ukupni prihodi sa kreditima i zajmovima iznosili svih 944.204.005,04 dinara.

I koalicija oko Socijalističke partije Srbije je 2012. godine ostvarila ukupne prihode sa kreditima i zajmovima u iznosu od 187.274.227,00 dinara što je za **oko jedan i po puta manje** u odnosu na 2014. godinu kada su ukupni prihodi sa kreditima i zajmovima iznosili 278.582.285,72 dinara.

Istovremeno, pojedini politički subjekti su za izbore za narodne poslanike ostvarili manje prihode sa kreditima i zajmovima u 2014. godini u odnosu na 2012. godinu.

Zapravo, ako su SNS i SPS sa svojim „staro-novim“ koalicionim partnerima najveći finansijski dobitnici izbora 2014.godine, onda su na drugoj strani najveći gubitaši, pored ostalog i zbog prethodnog neracionalnog i neefikasnog trošenja DS, LDP i URS.

Koalicija oko Demokratske stranke je u 2014. godini ukupno prihodovala sa kreditima i zajmovima u iznosu od 70.997.935,47 dinara što je čak za **oko sedam puta manje** nego 2012. godine kada je ukupno prihodovala 488.024.753,22 dinara.

Koalicija oko Liberalno demokratske partije je 2014. godine ostvarila ukupan prihod sa kreditima i zajmovima u iznosu od 21.929.525,00 dinara što je za **oko tri i po puta manje** nego u 2012. godini kada je ukupno prihodovala u iznosu od 78.692.495,99 dinara.

Koalicija oko Ujedinjenih regiona Srbije je 2012. godine ostvarila ukupne prihode sa kreditima i zajmovima u iznosu od 199.898.767,48 dinara što je bilo za **oko dva puta više** u odnosu na 2014. godinu kada su ukupni prihodi sa kreditima i zajmovima iznosili „skromnih“ 100.068.195,00 dinara.

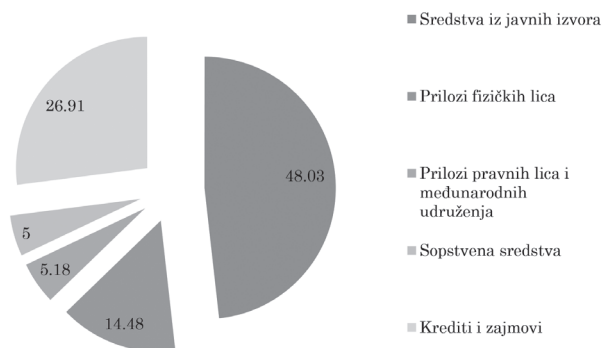
Demokratska stranka Srbije je, takođe, za kampanju u 2014. godini ostvarila ukupno prihode sa kreditima i zajmovima u iznosu od 53.469.101,40 dinara, što je za **oko trećinu manje** od prihoda koje je ostvarila u 2012. godini kada je ukupno prihodovala sa kreditima i zajmovima 72.389.039,75 dinara.

Tako je na kraju krajeva, od ukupnih prihoda koje su ostvarili svi politički subjekti u izbornoj kampanji za izbore za narodne poslanike u 2014. godini, koalicija oko Srpske napredne stranke ostvarila najveće prihode i oni iznose čak 57% od ukupnih sredstava.

---

<sup>14</sup> Precizno: 3,2 puta manje u odnosu na 2014. godinu.

Grafikon 6: Struktura vrsta prihoda u izbornim kampanjama 2014.godine za narodne poslanike (%)



### Sredstva iz javnih izvora

Pritom su, kao što smo to već konstatovali u strukturi prihoda dominantna, sa gotovo polovinom ukupnih prihoda, javna sredstva. Zaključak da se blizina vlasti isplati onome ko istovremeno, bar formalno i demagoški, vodi računa o volji građana sam se po sebi nameće.

Poredeći nalaze iz komparativnih studija možemo konstatovati da je u većini zemalja državna pomoć političkim strankama veoma popularna kod političara ali veoma nepopularna kod birača.

Može se pak načelno konstatovati da političke stranke u Republici Srbiji se u vođenju izborne kampanje dominantno oslanjaju na finansiranje iz javnih izvora a najveći deo obezbeđenih sredstava troše na medijske i marketinške aktivnosti.

**Štaviše, bliske finansijske veze sa državom su odvratile partije od pokušaja da sredstva traže na drugim mestima (osim možda koruptivnih izvora) i time ukinule ključni podsticaj da uspostave struktuiran odnos sa civilnim društvom<sup>15</sup>. S druge strane, nizak udeo privatnih donacija u budžetima kampanja ukazuje na to.**

### Kredit i

Drugi po značaju i obimu standardno su kredit i zajmovi. **Inače, kredit i zajmovi činili su na izborima 2012. godine oko trećinu (472.412.470,00 dinara) ukupnih prihoda.** Kredite je tada prijavilo pet od osamnaest subjekata. Od celog tog iznosa, više od polovine (55,00%) činila su sredstva koje je prijavila DS.

Garancije koje su političke stranke davale prilikom zaduživanja su u nekim slučajevima bile netransparentne (treća lica i privredni subjekti čije je poreklo imovine teško utvrditi)

<sup>15</sup> Ipak, komparativno posmatrano, subvencije iz javnih izvora nisu uspele da reše problem koruptivnog finansiranja. Neki od najozbiljnijih skandala desili su se upravo u državama sa veoma izdašnim budžetskim finansiranjem izbornih aktivnosti kao što je Francuska, Nemačka i Španija. Politička stranka ili kandidat koji dobije novac iz javnih izvora, znajući da je ista suma novca dostupna i konkurenciji, neće zbog toga prestati da traži još novca pomoću kojeg bi nadmašio i nadigrao političke oponente.

ili su pak bile nedovoljno sigurne. Ipak, za većinu ovih otvorenih pitanja, odgovor je bio da se radi o pravu banke da proceni rizik svojih plasmana.

Za pokrivanje troškova kampanje za narodne poslanike 2014. ponovo su značajno zastupljeni krediti, istina u nešto manjem omeru - četvrtina (26,91%). Poređenja radi, za pokrivanje troškova kampanje za izbor odbornika u Skupštinu grada Beograda oni su zastupljeni sa 7,21%. Za lokalne izbore ovaj izvor sredstava uopšte i nije korišćen.

U izbornoj kampanji 2014. godine, kredit kao izvor finansiranja uzelo je i koristilo pet političkih subjekata (Ujedinjeni regioni Srbije, Demokratska stranka Srbije, Savez vojvođanskih Mađara, Srpska napredna stranka i Srpska radikalna stranka).

U odnosu na izbore koji su održani 2012. godine, interesantna je činjenica da su u 2014. godini politički subjekti uzimali kredite za finansiranje izbornih kampanja samo kod jedne poslovne banke i to kod Aik banke Niš, dok su u izbornoj kampanji 2012. godine politički subjekti uzimali kredite za finansiranje kampanje kod više različitih poslovnih banaka (Razvojna banka Vojvodine, Univerzal banka, Aik banka i Komercijalna banka), od kojih je u međuvremenu jednoj banci oduzeta dozvola za rad, a jedna banka je u postupku stečaja.

Ovoga puta najveću sklonost ka kreditnom zaduženju pokazali su, u nameri da i snažnom kampanjom overe i osiguraju najavljivanu izbornu pobjedu, naprednjaci. Srpska napredna stranka je za finansiranje redovnog rada i izborne kampanje (ugovorom nije precizirano na koju izbornu kampanju se kredit odnosi, ali je politički subjekt u svom izveštaju naveo da je kredit korišćen za finansiranje kampanje za narodne poslanike) podigla kredit u iznosu od svih 400.000.000,00 dinara. Rok vraćanja je 31.12.2014. godine sa kamatom od 12,50% na godišnjem nivou. Obezbeđenje kredita je izvršeno namenskim depozitom od 50.000.000,00 dinara.

Na drugoj strani, u nastojanju da po svaku cenu obezbedi parlamentarni status URS je podigao čak tri kredita u iznosu od ukupno 800.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti. Interesano je da se radi o kreditima (pretežno) za finansiranje redovnog rada, uzetim pod povoljnim uslovima i sa rokom vraćanja od 36 do 48 meseci i sa kreditnim garancijama datim od pravnih lica čiji poslovni rezultati su daleko ispod „kvaliteta“ garancija<sup>16</sup>.

---

<sup>16</sup> Obezbeđenje jednog od kredita je izvršilo pravno lice „Omega Beton“ iz Beograda namenskim oročenim depozitom od 275.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti. Kamata na deponovana sredstva iznosi 0,50% na godišnjem nivou. Stanje obaveza na dan 30.04.2014. godine jednako je 276.030,91 evra. Pravno lice „Omega Beton“ d.o.o. iz Beograda je završilo poslovnu 2013. godinu sa neto dobitkom u iznosu od 4.422.000,00 dinara, odnosno EUR 38.572,21 prema srednjem kursu Narodne banke Srbije na dan 31.12.2013. godine za 1 EUR=114,6421 dinara. Ujedinjeni regioni Srbije podigli su i kredit u iznosu od 250.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti. Obezbeđenje kredita je izvršilo pravno lice „Omega Agregati“ d.o.o. iz Beograda, namenskim oročenim depozitom u iznosu od 110.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti pri čemu je ugovorom o pristupanju duga na ime Zorana Mitrovića data hipoteka prvog reda na nepokretnost. Kamata na deponovana sredstva iznosi 0,50% na godišnjem nivou, a stanje obaveza na dan 30.04.2014. jednako je 251.562,50 evra. Pravno lice „Omega Agregati“ d.o.o. iz Beograda završilo je poslovnu 2013. godinu sa neto gubitkom u iznosu od 4.529.000,00 dinara. Treći kredit Ujedinjeni regioni Srbije podigli su u iznosu od 275.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti. Obezbeđenje kredita je izvršilo pravno lice „Milanmotors“ d.o.o. Novi Sad namenskim oročenim depozitom u iznosu od 275.000,00 evra u dinarskoj protivvrednosti. Kamata na deponovana sredstva iznosi 0,50% na godišnjem nivou, a stanje obaveza na dan 30.04.2014. jednako je 215.546,95 evra. Pravno lice „Milanmotors“ d.o.o. Novi Sad, završilo je poslovnu 2013. godinu sa neto dobitkom u iznosu od 219.000,00 dinara, odnosno EUR 1.910,29 prema srednjem kursu Narodne banke Srbije na dan 31.12.2013. godine za 1 EUR=114,6421 dinara.

## Privatni novac u kampanji

U odnosu na udeo i značaj koji u stranačkim finansijama igraju sredstava iz javnih izvora i krediti, udeo privatnih priloga igra u Srbiji skromnu ulogu.<sup>17</sup>

Čak i na izborima i u izbornoj kampanji, koji su za stranačke strukture neka vrsta hamletovskog biti ili ne biti, udeo priloga fizičkih i pravnih lica nije, 2014. godine, prešao petinu prikupljenih sredstava i datih usluga.

Očito da je stranačka politika, ako želi da bude uspešna, stvar upliva u državna sredstva i političkog uticaja na finansijske institucije i (deo) privatnog biznisa naslonjenog na političke strukture. Pritom, sumu od oko 400 miliona dalo je, u odnosu na kampanju iz 2012. godine znatno manje fizičkih i pravnih lica.

Ukupan broj fizičkih lica koja su dala priloge političkim subjektima u izbornoj kampanji u 2014. godini za izbore za narodne poslanike je 3.286, što je tek polovina od broja lica koji su dali priloge političkom subjektu u prethodnoj kampanji. Indikativno je da je više od dve trećine njih dalo priloge jednoj stranci - SNS.

Interesantna je i, već "tradicionalna" činjenica da je Srpskoj naprednoj stranci u izbornoj kampanji 2014. godine za izbore za narodne poslanike u Republici Srbiji tih 2677 fizičkih lica dalo priloge u istom iznosu, odnosno u iznosu od po 40.000,00 dinara. Ovom političkom subjektu je 2012. godine, 2226 fizičkih lica takođe dalo prilog u istom iznosu i to po 19.000,00 dinara, što govori u prilog oceni da se radi o nekoj vrsti internog partijskog dogovora.

Još drastičnije je, čak petostruko, opao broj priloga pravnih lica. U izbornoj kampanji 2014. godine za izbore za narodne poslanike u Republici Srbiji prilog političkim subjektima dalo je tek 36 pravnih lica, dok je broj pravnih lica koja su bila davaoci priloga u izbornoj kampanji 2012. godine za iste izbore bio 195.

Pritom, kao i ranijim prilikama, određeni broj pravnih lica davala su priloge političkim subjektima u izbornim kampanjama 2014. godine, daleko iznad svojih poslovnih rezultata.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Prilog je novčani iznos, osim članarine koji fizičko ili pravno lice dobrovoljno daje političkom subjektu, poklon, kao i usluge pružene bez naknade ili pod uslovima koji odstupaju od tržišnih. Prilog su i krediti, zajmovi i druge usluge banaka i drugih finansijskih organizacija u Republici Srbiji, datih pod uslovima koji odstupaju od tržišnih, kao i otpis dugova. Zakonom o finansiranju političkih aktivnosti utvrđena je maksimalna vrednost davanja koju jedno fizičko ili pravno lice može donirati političkim subjektima za redovan rad. Ona podrazumeva ukupnu vrednost svih davanja (članarina, prilog) koje jedno fizičko ili pravno lice daje političkom subjektu na godišnjem nivou. Radi se o iznosima od 20 za fizička, odnosno 200 prosečnih mesečnih zarada bez poreza i doprinosa za pravna lica. Međutim, u godini u kojoj se održavaju izbori, ovi limiti se mogu duplirati. Kako je Zakonom definisano da prosečna mesečna zarada predstavlja prosečnu mesečnu zaradu u Republici Srbiji, bez poreza i doprinosa, prema podacima organa nadležnog za poslove statistike za prethodnu godinu, a ona je za 2013. godinu iznosila 43.948,00 dinara, to je maksimalna vrednost davanja koju je jedno fizičko odnosno pravno lice moglo dati političkom subjektu za izbornu kampanju u 2014. godini iznosila 878.960,00 dinara, odnosno 8.789.600,00 dinara za pravna lica.

<sup>18</sup> Pravno lice „Creative UMS Group“ d.o.o. iz Beograda, iako već nekoliko godina uzastopno beleži gubitke u poslovanju, uplatilo je donaciju koaliciji oko SPS u iznosu od 5.835.000,00 dinara. Ovo pravno lice je za 2012. godinu iskazalo neto gubitak u iznosu od 10.180.000,00 dinara, a za 2013. godinu neto gubitak u iznosu od 3.860.000,00 dinara. Osnivač ovog pravnog lica je, što je posebnointeresantno, nevladino udruženje Udruženje za mlade Srbije. Još je drastičniji primer u kome je ovoj koaliciji, preduzeće „FVS rental“ je u februaru 2014. godine doniralo 5.500.000,00 dinara. Radnja je osnovana 19.02.2014. godine, a brisana je iz registra 05.05.2014. godine, što korespondira predizbornom i postizbornom periodu.

## Odnos prihoda i rashoda

Tabela 3: Uporedni pregled prihoda - sa kreditima i zajmovima i rashoda političkih subjekata za izbore za narodne poslanike i 2014. godini (u RSD)

Politički subjekti	Ukupno prihodi (sa kreditima i zajmovima)	Ukupno rashodi	Razlika Prihoda i rashoda
Crnogorska partija	76.509,00	76.150,04	358,96
Stranka demokratske akcije Sandžaka	17.544.089,39	17.544.089,98	<b>-0,59</b>
Demokratska stranka Srbije	53.469.101,40	96.329.386,88	<b>-42.860.285,48</b>
Partija za demokratsko delovanje	14.270.729,00	14.270.496,00	293,00
Ruska stranka	119.950,00	117.291,00	2.659,00
Dosta je bilo - Saša Radulović	9.509.766,35	9.509.765,79	0,56
Koalicija: Rusinska demokratska stranka, Slovačka demokratska stranka	0,00	0,00	0,00
Grupa građana Treća Srbija	17.906.541,31	8.936.837,95	8.969.703,36
Koalicija: LDP, SDU, BDZS	21.929.525,00	165.296.518,08	<b>-143.356.993,08</b>
Grupa građana Dveri	9.330.515,00	9.330.543,08	<b>- 28,08</b>
Savez vojvodanskih Madara	35.614.577,78	25.120.577,79	10.493.999,99
Koalicija: DS, NS, Bogata Srbija, DSHuV, Udruženje sindikata „Sloga“	70.997.935,47	100.385.250,98	<b>-29.387.315,51</b>
Ujedinjeni regioni Srbije	100.068.195,00	180.933.197,87	<b>-80.865.002,87</b>
Koalicija: SPS, PUPS, JS	278.582.285,72	341.593.584,00	<b>-63.011.298,28</b>
Koalicija: NDS - Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu, Demokratska levica Roma	65.627.988,66	174.063.311,86	<b>- 108.435.322,70</b>
Srpska radikalna stranka	15.171.975,00	14.965.763,92	206.211,08
Koalicija: SNS, SDPS, Nova Srbija, SPO, Pokret socijalista	944.204.005,04	942.147.075,90	2.056.929,14
Koalicija: BDZ, Građanski savez Madara, DZH, Pokret mađarske nade, Stranka mađarskog jedinstva	2.006.184,95	1.359.342,05	646.842,90
<b>Ukupno</b>	<b>1.656.429.874,07</b>	<b>2.101.969.183,17</b>	<b>-46.916.218,62</b>



Uvid u podatke o prihodima i rashodima jasno pokazuje da kampanja za izbore za narodne poslanike u celini nije finansirana iz realnih izvora. Politički subjekti su izborne kampanje u 2014. godini završili sa značajnim dugovanjima prema dobavljačima za robe i usluge.

Ukupan iznos dugovanja svih političkih subjekata iznosi 467.916.218,62 dinara, odnosno **nešto više od petine ukupnih rashoda (21,19%)** koje su politički subjekti imali tokom izborne kampanje.

Naime, šest političkih subjekata ostvarilo je veće rashode od prihoda za ukupno 445.539.280,43 dinara, što predstavlja dugovanja prema dobavljačima, dok je šest političkih subjekata potrošilo nešto manje od ostvarenih prihoda i to ukupnom iznosu od **23.195.035,49** dinara.

Nominalno, najveća dugovanja ostvarila je koalicija oko Liberalno demokratske partije. Odmah iza nje su i naredni "izborni gubitnici" URS i DSS, oba krila DS ali, zanimljivo i koalicija oko SPS.

### **Finansijski profili - „lične karte“ izbornih lista**

Finansijska lična karta političke stranke je dokument koji pored osnovnih podataka o njoj, sadrži i podatke o njenim prihodima i rashodima, organizaciji ali i izbornim uspesima, tj. broju osvojenih mandata<sup>19</sup>.

Posebno analitički dragocenim smatramo nastojanje da se pronade korelacija između izbornog programa, ideološke orijentacije, profila birača i tipa kampanje koja se vodi.

Indikativno je da na osnovu podataka nije moguće utvrditi neke značajne korelacije između programa i ideološke orijentacije stranke i modela finansiranja kampanje. **Začuđuje pritom činjenica da stranke socijalističke orijentacije (SPS, naprimer), imaju više donatora iz sfere privatnog kapitala, nego stranke liberalne i konzervativne orijentacije.** Radi li se o visokoj osvešćenosti o principu socijane pravde, ili pak o zauzimanju dobrih startnih pozicija u nekim prošlim i budućim poslovima sa državom i njenim preduzećima?

**Veoma značajan analitički instrument je i prosečna „cena jednog glasa“ - troškovi kampanje po jednom osvojenom glasu. Ona se u kampanji 2012. kretala oko 300,00 do 500,00 dinara.**

Posmatrajući proračun „cene jednog glasa“ može se, međutim, zaključiti da je od svih izbornih lista koje su prešle izborni cenzus 2012. godine najviše sredstava za jedan osvojen glas uložila koalicija oko G17 Plus i to na parlamentarnim izborima. Da bi osvojili jedan glas, uložili su nešto više od 2.000,00 dinara. S druge strane, izborna lista Dveri je osvojila samo 45.000 glasova manje od G17 i potrošila nepunih 70,00 dinara po glasu.

---

<sup>19</sup> Finansijska lična karta sačinjena je za ukupno sedam političkih stranaka: Srpsku naprednu stranku, Demokratsku stranku, Ujedinjene regione Srbije, Socijalističku partiju Srbije, Liberalno demokratsku stranku, Novu demokratsku stranku – Zeleni i Demokratsku stranku Srbije. Ključni kriterijum odabira bio je da je politička stranka čija se finansijska lična karta izrađuje značajno učestvovala u ukupno utrošenim sredstvima. Sedam političkih stranaka čije se finansijske lične karte ovde nalaze učestvuju sa više od 85,00% rashoda svih političkih subjekata u izbornim kampanjama 2012, 2013. i 2014 godine. Takođe, prihodi ovih sedam političkih stranaka prelaze 90,00% prihoda svih političkih subjekata.

Gotovo ista stvar ponovila se i na izborima 2014.godine. Ovoga puta trošeći tek 72 dinara po dobijenom glasu Dveri su osvojile čak više glasova od URS i koalicije oko LDP čiji troškovi po osvojenom glasu su bili najveći i u ovoj kampanji – 1.657 i 1.567 dinara. Očito, investirati milion evra u kampanju je veoma korisno po izborne izgleda ali ni to nije sigurna garancija da ćete ući u parlament.

*Tabela 4: Poređenje uloženog novca političkih subjekta u izbornim kampanjama sa dobijenim glasovima na izborima za narodne poslanike 2014. godine (u RSD)*

Politički subjekti	Broj osvojenih glasova	Ukupno rashodi izborne kampanje	Uložen novac po glasu (RSD)
Koalicija: SNS, SDPS, Nova Srbija, SPO, Pokret socijalista	1.736.920	942.147.075,90	542,42
Koalicija: SPS, PUPS, JS	484.607	341.593.584,00	704,89
Koalicija: DS, Nova stranka, Bogata Srbija, DSHuV i Udruženje sindikata „Sloga“	216.634	100.385.250,98	463,39
Koalicija: NDS - Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu, Demokratska levica Roma	204.767	174.063.311,86	850,05
Demokratska stranka Srbije	152.436	96.329.386,88	631,93
Grupa građana Dveri	128.458	9.330.543,08	72,63
Koalicija: LDP, Bošnjačka demokratska zajednica Sandžaka, SDU	120.879	165.286.518,08	1.367,37
Ujedinjeni regioni Srbije	109.167	180.933.197,87	1.657,40
Savez vojvođanskih Mađara	75.294	25.120.577,79	333,63
Dosta je bilo - Saša Radulović	74.973	9.509.765,79	126,84
Srpska radikalna stranka	72.303	14.965.763,92	206,99
Stranka demokratske akcije Sandžaka	35.157	17.544.089,98	499,02
Partija za demokratsko delovanje	24.301	14.270.496,00	587,24
Ruska stranka	16.206	8.936.837,95	551,45
Crnogorska stranka	6.547	117.291,00	17,91
Srpska radikalna stranka	6.388	76.150,04	11,92
Koalicija: Bošnjačka demokratska zajednica, Građanski savez Mađara, DZH, Pokret mađarske nade, Stranka mađarskog jedinstva	3.983	1.359.342,05	341,29
Koalicija: Rusinska demokratska stranka, Slovačka demokratska stranka	3.182	0,00	n/a
Grupa građana Patriotski front - dr Borislav Pelević	4.514	n/a	n/a

## Kršenje propisa

Od svih, monitoringom i preliminarnom analizom izveštaja konstatovanih oblika kršenja zakona svojim značajem i negativnim posledicama, po mome sudu izdvajaju se naredne četiri.

### Korišćenje javnih resursa u svrhu promocije političkih subjekata

Za razliku od prethodnih izbora, među evidentiranim događajima ovoga puta malo je onih za koje se nedosmisleno može reći da predstavljaju zloupotrebu javne funkcije i javnih resursa u svrhu finansiranja izborne kampanje. Najčešće se zapravo radi o događajima koji predstavljaju jednu vrstu „zajedničke“ aktivnosti političkog subjekta i javnog funkcionera, institucije ili javnog preduzeća. Bilo da je događaj najavljen od strane političkog subjekta ili predstavlja „slučajan susret“, ova očigledna sprega organa vlasti i političkog subjekta u svrhu promocije političkog subjekta nije kažnjiva Zakonom o finansiranju političkih subjekata. Ipak postavlja se pitanje svrsishodnosti i opravdanosti pojedinih aktivnosti javnih preduzeća i organa lokalne samouprave u vreme izborne kampanje, odnosno sa tim povezano pitanje u vezi sa trošenjem javnih sredstava i korišćenjem javnih resursa za sprovođenje brojnih aktivnosti u vreme izborne kampanje. Ovo pitanje pre svega treba uputiti organima u čijoj nadležnosti je sprovođenje nadzora nad radom javnih preduzeća i lokalnih samouprava ali i budžetske inspekcije<sup>20</sup>.

### Humanitarne donacije i lekarski pregledi

Sa stanovišta zakona trošenje novca političkih subjekata na opremu i stvari koje politički subjekat kasnije poklanja u humanitarne svrhe mora da bude prikazano u izveštajima o troškovima izborne kampanje. Oprema, sredstva i usluge koje neko drugo fizičko ili pravno lice kupuje ili donira političkom subjektu kako bi ovaj dalje u svoje ime darivao u humanitarne svrhe mora takođe da se prikaže u izveštajima kao donacija ili prilog tog fizičkog ili pravnog lica.

Sa stanovišta Agencije i zdravstveni pregledi građana u organizaciji političkih subjekata moraju se okarakterisati na jedan od tri moguća načina:

- Kao korišćenje javnih resursa suprotno zakonskim odredbama, ukoliko su zdravstveni pregledi organizovani od strane političkih subjekata u ustanovama zdravstvene zaštite i/ili ako su u svrhu zdravstvenih pregleda korišćeni medicinski aparati, oprema i instrumenati u vlasništvu javnih zdravstvenih ustanova;
- Kao povreda člana 23 Zakona o finansiranju političkih aktivnosti, koji govori o (ne)namenskom utrošku sredstava ukoliko je lekar angažovan i plaćen od strane političkog subjekta da za potrebe političkog subjekta i njegovu promociju vrši zdravstvene preglede, odnosno ukoliko utroši sredstva za kupovinu ili iznajmljivanje medicinskih aparata i opreme;

---

<sup>20</sup> Pored moguće povrede Zakona koja se odnosi na neprikazivanje troškova izborne kampanje (član 29 Zakona) i trošenje sredstava suprotno odredbama člana 23. Zakona, može se postaviti i pitanje moralne opravdanosti ovakvih aktivnosti političkih subjekata, tj. da li je došlo do povrede prava ličnosti, zloupotreba maloletnih lica i ugroženih grupa u svrhu promocije političkog subjekta.

- Kao nenovčana donacija (prilog) političkom subjektu od strane zdravstvene institucije, zdravstvenog radnika ili registrovanog preduzetnika, koja mora da se prikaže u izveštaju o troškovima izborne kampanje koji Agenciji dostavlja politički subjekat.

Kada je o zdravstvenim pregledima za odabranu partijsku izbornu klijentelu reč, Agencija se obratila političkim subjektima sa zahtevom da joj se dostave podaci o zdravstvenim radnicima koji su u sklopu zdravstvenih pregleda u organizaciji političkog subjekta vršili besplatne preglede građana u periodu izborne kampanje. Od političkih subjekata je zahtevano i da dostave podatke o visini troškova koji su bili neophodni da bi se ovi događaji oraganizovali.

Takođe zahtev Agencije upućen političkim subjektima odnosio se i na pitanje u vezi sa ličnim podacima koji su politički subjekti sakupljali od građana<sup>21</sup>.

### *Oglašavanje u sredstvima javnog informisanja*

Mediji nesporno predstavljaju dominantnu formu obraćanja političkih subjekata biračkom telu. Posledično, i u izbornim kampanjama 2014. godine, politički subjekti najveći deo sredstava izdvajali su za oglašavanje. Analizom prikupljenih odgovora medija, i njihovim upoređivanjem sa izvodima bankovnih računa i izveštajima o troškovima izbornih kampanja političkih subjekata može se utvrditi koje su obaveze izmirene, ali i lista dugovanja kako prema medijima tako i prema trećim licima (marketinškim agencijama) koja su za i u ime političkih subjekata sklapala ugovore i vršila usluge u vezi sa njihovim medijskim oglašavanjem.

Dosadašnje analize pokazale su da se u pojedinim slučajevima dešavalo da mediji kojima politički subjekti nisu namirili dugovanja za usluge izvršene u kampanjama 2012. godine, ponovo vrše usluge za njih i u kampanjama 2014. godine. U tom pogledu posebno je indikativna „saradnja“ URS ili LDP sa već neisplaćenim medijima<sup>22</sup>.

<sup>21</sup> Zahtev za dostavu podataka upućen je i zdravstvenim ustanovama gde su zaposleni zdravstveni radnici koji su u organizaciji političkog subjekta vršili besplatne lekarske preglede građana. Do sada prikupljeni podaci od zdravstvenih ustanova ukazuju na to da direktori ustanova nisu bili upoznati sa aktivnostima svojih zaposlenih u ovom smislu i da nisu dali svoju saglasnost za učešće zaposlenih u izbornim kampanjama političkih subjekata. Kada prikupi sve potrebne podatke Agencija će se obratiti Lekarskoj komori Srbije da pokrene postupak iz svoje nadležnosti protiv zdravstvenih radnika i ustanova radi utvrđivanja njihove odgovornosti. Takođe, Agencija je u prethodnom periodu kod Ministarstva zdravlja inicirala pokretanje postupka iz svoje nadležnosti za utvrđivanje odgovornosti lekara koji su pružali medicinske usluge u svrhu promocije političkog subjekta za izborne kampanje u 2013. godini.

<sup>22</sup> Tako su, primera radi, iako su ostala dugovanja Ujedinjenih regiona Srbije prema medijima i marketinškim agencijama (TV Pink, TV Palma plus, TV Hepi, RTV Panonija, TV 5, Televizija Lotel, TV Kanal 9, SAT TV, Radio San, TV Lav, Reč naroda, "Megaton Production" i "Advercity") isti i u 2014. godini vršili usluge ovom političkom subjektu koje im takođe nisu plaćene. Liberalno demokratska partija je za usluge u kampanjama 2012. godine ostala dužna medijima (TV Prva, RTS, TV B92 i TV Pink), čije je usluge koristila i u kampanjama 2014. godine, i takođe ostala dužna. Prema podacima iz finansijskih izveštaja dug za kampanju iz 2012. godine prema B92 i dalje postoji. I pored toga, ugovor između B92 i Liberalno demokratske partije za kampanju 2014. godine je potpisan 20.02.2014. čija je vrednost EUR 300.000. Ubrzo je potpisan i Aneks 1 istog ugovora kojim je izvršena promena u delu koji se odnosi na način plaćanja, odnosno ugovoreno je plaćanje u tri rate, i to prve do 25.03. druge do 25.04 i treće do 25.05.2014. godine. Kao obezbeđenje, 07.03. je potpisan Ugovor o pristupanju duga između B92 i Liberalno demokratske partije i četiri međusobno povezana pravna lica (Agroposlovi doo, Beograd; Silos doo, Kovin; SHSF doo, Beograd i Kirka Suri doo, Beograd).

Pojedini politički subjekti, a najčešće je to slučaj sa grupama građana, i u kampanjama 2014. godine nastavili su da u naziv svoje izborne liste uključuju nazive registrovanih udruženja građana koja u skladu sa izbornim zakonima nemaju pravo da učestvuju u izbornom procesu kao podnosioci izbornih lista i kojima je sa stanovišta Zakona o finansiranju političkih aktivnosti zabranjeno da finansiraju političke subjekte (član 12). Monitoringom 2014. godine sakupljeni su podaci koji ukazuju na to da su pojedina udruženja građana aktivno učestvovala u promovisanju istoimenih grupa građana putem ustupanja organizacijske infrastrukture<sup>23</sup>. Takođe se i nekoliko sindikata, kojima takođe nije dozvoljeno da finansiraju političke subjekte, aktivno uključilo u kampanju pojedinih koalicija političkih stranaka, na čijoj listi su imali svoje kandidate i stavilo svoje resurse na raspolaganje u svrhu promocije kandidata i programa političkih subjekata<sup>24</sup>.

### **Preporuke vezane za kontrolu i nadzor finansiranja izbornih kampanja**

Suočeni sa progresijskim rastom troškova izborne kampanje, autori studije: „Regulisanje finansiranja političkih aktivnosti: globalno iskustvo“, detaljnom analizom svih aspekata finansiranja političkih aktivnosti došli do dva važna zaključka:

- (1) Efektivno regulisanje i objavljivanje podataka o finansiranju političkih aktivnosti može doprineti sprečavanju negativnih efekata novca u politici, ali samo ako su realno koncipirani i ako se dosledno sprovode;
- (2) Efektivan nadzor nad novcem u politici zavisi od međusobno povezanih aktivnosti više činilaca (kao što su državni organi, civilno društvo i mediji) uz obezbeđenje visokog nivoa transparentnosti<sup>25</sup>.

Primeru radi, komunikacija sa drugim organima, uključiv i DRI i njenu ulogu u reviziji izveštaja, bi trebala da bude precizna, sa jasnim objašnjenjem informacije koja se traži. Takođe, **bilo bi veoma važno da se pre početka izborne kampanje relevantnim državnim organima (koliko je to moguće) dostavi informacija o tome koje konkretne podatke će Agencija zahtevati, kako bi ih blagovremeno i adekvatno prikupljali.**

Naredni zaključak vezan je za metodologiju kontrole i nadzora. Naime, primenjena kombinacija metoda *ex ante* nadzora (monitoringa) i *ex post* kontrole finansiranja izbornih ak-

---

<sup>23</sup> Postupkom kontrole utvrđeno je da je udruženje građana „Dosta je bilo – Restart“ dalo novčanu donaciju istoimenoj grupi građana u iznosu od 594.211,35 dinara. Potom, zakup prostora za održavanje konvencije grupe građana „Dosta je bilo – Saša Radulović“ u Novom Sadu u hali JP SPENS fakturisano je na Udruženje građana Dosta je bilo - Restart i plaćeno od istog u iznosu od 18.000,00 dinara. Istovremeno, ova grupa građana je tokom izborne kampanje koristila prostorije i zvanični sajt udruženja građana za svoje aktivnosti. Udruženja građana Treća Srbija i Dveri su takođe svoju infrastrukturu stavili u službu promocije političkih subjekata.

<sup>24</sup> U tom smislu Monitoring 2014. evidentirao je „Asocijaciju slobodnih i nezavisnih sindikata Srbije“ i sindikalno udruženje „Sloga“ kao sindikalne organizacije koje su promovisale ili ustupile svoje resurse političkim subjektima u toku izborne kampanje. Daljim postupkom kontrole biće utvrđeno da li su sindikalne organizacije i politički subjekti ovom saradnjom postupili suprotno odredbama člana 12. Zakona o finansiranju političkih subjekata.

<sup>25</sup> Magnus Ohman and Hani Zainulbhai, *Political Finance Regulation: The Global Experience*, Interational Foundation of Electoral Systems, Washington DC, 2009 <dostupno na: [www.ifes.org/files/Political\\_Finance\\_Regulation\\_The\\_Global\\_Experience.pdf](http://www.ifes.org/files/Political_Finance_Regulation_The_Global_Experience.pdf)>

tivnosti od strane nezavisnog organa, može imati pozitivan uticaj na ponašanje učesnika u izbornoj utakmici samo optimalnim kombinovanjem njihovih prednosti i jakih strana.

Primeru radi, bez terenskog monitoringa u gradovima i opštinama Srbije i sakupljanja podataka o aktivnostima političkih subjekata ne bi bilo moguće u potpunosti proveriti podatke koje prikazuju politički subjekti u svojim izveštajima. Takođe, terenski monitoring jeste način da se prikupe podaci o pojedinim pravnim licima koja su tokom izborne kampanje pružala usluge političkim subjektima. Dodatna prednost terenskog monitoringa je i mogućnost da se tokom posmatranja aktivnosti političkih subjekata evidentiraju aktivnosti i postupci kojima politički subjekti postupaju suprotno odredbama zakona.

Na drugoj strani, dubinska analiza prikupljenih podataka ostvaruje se tek u fazi nakon izbora pa je Agenciji potreban efikasan **multidisciplinarni tim koji bi brzo obavio formalnu i dubinsku kontrolu podnetih izveštaja**.

Najzad, dalja saradnja i obuka predstavnika pravosudnih organa (prekršajni sudovi i tužilaštva) za primenu Zakona o finansiranju političkih aktivnosti može doprineti većoj efikasnosti u rešavanju predmeta koji se odnose na prekršaje i zloupotrebe, no jedino se sa većom političkom voljom može obezbediti efikasno sankcionisanje kršenja zakona.

Petu, nužnu prateću edukativnu i preventivnu ulogu ima organizacija i sprovođenje obuka političkih subjekata, ali i predstavnika državnih organa, medija i organizacija civilnog društva zainteresovanih da učestvuju u monitoringu tokova novca u politici.

### **Treba li nam nova zakonska regulativa?**

Na drugoj strani, ključnu stratešku i prospektivnu ulogu za Agenciju ima učešće u radu na izmenama i dopunama Zakona o finansiranju političkih aktivnosti i pratećih podzakonskih akata.

Na ovom mestu sugerisao bih samo tri ključna strateška pravca promena koja, po mome sudu, mogu zaustaviti veoma raširene tendencije kartelizacije političkog prostora u Srbiji, odnosno nastojanja već etabliranih partija da sve obilnijim (samo)finansiranjem iz javnih izvora uvećaju svoje prednosti i tako praktično spreče pojavu novih političkih aktera sa realnom šansom na izborni uspeh.

(1) Parlamentarne partije, pre svega same sebi kroje poželjno zakonsko ruho propisujući da se **sredstva za aktivnost procenjuju u odnosu na javne rashode a ne značajno manje prihode. U državi čiji je budžet u deficitu dugi niz godina, zakonodavac je omogućio političkim strankama da budu nagrađene zbog prevelike potrošnje iz državne kase**. Paradoksalno je da što se više novca iz budžeta troši, to više novca dobijaju političke stranke za vođenje kampanje, a ne obrnuto. Ovakvo „kreativno“ rešenje je jedinstveno u uporednoj praksi<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Projekcijom državnog budžeta bilo je, naime, utvrđeno da stranke koje imaju svoje poslanike u parlamentu u ovoj godini podele 1.293.600.000 dinara. Rebalansom će im na raspolaganju biti čak 1.941.428.000 dinara, tj. 647,8 miliona dinara više, odnosno svih 5,5 miliona evra. (Tanjug, *Rebalansom planiran deficit veći od 42 milijarde dinara*, 24. oktobar 2014. godine) <dostupno na: [www.tanjug.rs/novosti/150246/rebalansom-planiran-deficit-veci-za-42-milijarde-dinara.htm](http://www.tanjug.rs/novosti/150246/rebalansom-planiran-deficit-veci-za-42-milijarde-dinara.htm)>

Zakonske promene bi zato mogle , pored vezivanja sredstava za redovne aktivnosti parlamentarnih stranaka za (skromnije) budžetske prihode , mogle da idu u još dva pravca: a) ka smanjivanju dogovorenog procenta (0, 15%), kao i b) uravnoteženom, ravnomernijim pristupu sredstvima koja se strankama daju za izbornu kampanju.

Ovako, pobednici se nagrađuju dvaput - i pri raspodeli sredstava za kampanju i pri dobijanju parlamentarne apanaže. Na drugoj strani, nova lica na izbornoj sceni ne dobiju dovoljno ni za elementarnu šansu da svoju ponudu predstave biračima.

Uvećanje sredstava za finansiranje političkih stranaka, uz istovremene oštre budžetske restrikcije izazvalo je talas negativnih reakcija u medijima i stručnoj javnosti i brzu reakciju vladajućeg SNS i predlog da se smanje sredstva i za finansiranje redovnih aktivnosti (sa 0,15 na 0,105) i za finansiranje izborne kampanje (sa 0,1 na 0,07 odsto budžeta).

Debata je završena donošenjem izmena Zakona o finansiranju političkih aktivnosti u već prepoznatljivom maniru - po hitnom postupku i bez javne rasprave. Novim zakonskim rešenjem su, umanjnjem osnovice za budžetska davanja, smanjena za trećinu budžetska izdvajanja. Na drugoj strani, izmenama je strankama omogućeno da kupuju nekretnine i sredstvima iz javnih izvora što je izazvalo kritike u stručnoj javnosti.

(2) Kao ključni, poželjni model za finansiranje iz javnih izvora, koji istovremeno može služiti kao lek za nezainteresovanost kartelskih stranaka za podršku birača (jer se lavovski deo - približno čak četiri petine sredstava, obezbeđuje iz državnih jasala) , ali i kao korektiv i brana od zavisnosti u odnosu na velike privatne donatore javlja se u praksi **sistem tzv. „vezanih fondova“** koji je zastupljen u određenom broju zemalja. Sistem se zasniva na principu da se sredstva iz javnih izvora dodeljuju pod uslovom da se isti iznos donacija prikupi i iz privatnih izvora. Drugim rečima, država dodaje odgovarajuću količinu novca onoj koju politički subjekt prikupi od donatora. Najpoznatiji primer ovog modela je Nemačka, gde političke stranke dobijaju 0,38 evra iz državnog budžeta za svaki evro koji su prikupile iz privatnih izvora.

3. Kako su mediji neizostavni deo savremene politike, postojanje javnog medijskog servisa ili više njih u jednoj državi dodatno pospešuje kartelizaciju. I ovde je pristup medijima ograničen za nove partije, ne toliko formalnim pravilima, koliko i samom novinarskom autocenzurom i profesionalnim pravilima koja određuju koji će politički akter biti ocenjen kao kredibilan da učestvuje u određenom programu. Jasno je da će novinari teško naći valjan razlog da posvete medijski prostor maloj i tek nastaloj stranci sa nepoznatim liderima. Povratno, bez javnog prostora stranka može, međutim, zauvek ostati u takvom statusu, čime ulazimo u još jedan začarani krug kartelizovanih partijskih sistema.

Posredan dokaz za iznete teze je i činjenica da sedam političkih stranaka učestvuje sa više od 85,00% rashoda svih političkih subjekata u izbornim kampanjama 2012, 2013. i 2014 godine. Takođe, prihodi ovih sedam političkih stranaka prelaze 90,00% prihoda svih političkih subjekata. Aktuelnim gubitkom parlamentarnog statusa DSS, URS i LDP trend kartelizacije samo dobija na ubrzanju.

Na drugoj strani, neizvesna finansijska sudbina i nagomilani finansijski gubici izbornih gubitnika - LDP i URS, pre svih, na posredan način govori takođe o meri u kojoj se i partijske vrhuške i njihovi finansijeri i kreditori oslanjaju na procenu da status parlamentarne stranke i blizina državne blagajne mogu pokriti sve dubioze i neracionalne troškove.

Na kraju se ipak uvidi da je novac važan ali ne i dovoljan uslov da se bude u politici.

#### **LITERATURA :**

Agencija za borbu protiv korupcije, Izveštaj o finansiranju izbornih kampanja u prvoj polovini 2014.godine, Beograd, 2014.

Pinto-Duschinsky, Michael (2002): Financing Politics, u: Global View, Journal of Democracy, vol. 13, No. 4. October 2002

Political Finance Regulation: The Global Experience, Interational Fouundation of Electoral Systems, Washington DC (2009) <dostupno na: [www.ifes.org/files/Political\\_Finance\\_Regulation\\_The\\_Global\\_Experience.pdf](http://www.ifes.org/files/Political_Finance_Regulation_The_Global_Experience.pdf)>

Trifunović Stefanović, Marijana (2014): Uloga novca u izbornim aktivnostima, magistarski rad, Fakultet političkih nauka, Beograd.



## CeSID I IZBORI 2014

Bojan Klačar i Ivo Čolović, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

### Uvodne napomene

**Centar za slobodne izbore i demokratiju je, od svog osnivanja juna 1997. godine, kao svoj primarni cilj definisao unapređenje izbornog procesa kroz posmatranje izbora i analizu izbornog postupka.** Ideja vodilja proteklih 17 godina jeste da se izgrade temelji demokratskih institucija Srbije i da se „kroz objektivno i nepristrasno pristupanje izbornom procesu svakom građaninu Srbije omogućiti da iskoristi svoje osnovno političko pravo“ (Nedović, 1997), pravo na slobodno izražavanje političke volje.

Za razliku od izbornih procesa tokom 90-ih godina koji su bili opterećeni brojnim nepravilnostima i izbornim krađama, u poslednjih nekoliko godina ne beleže se nepravilnosti koje bi dovele do neregularnosti čitavog izbornog procesa. To ne znači da je proces savršen, naprotiv, nego da su nepravilnosti tokom izbornog dana svedene na meru koja ne ugrožava izbornu volju građana. Nepravilnosti, samim tim i monitoring izbornog procesa, više su usmereni na period izborne kampanje, nego na dan glasanja. Tu, pre svega, mislimo na monitoring medija, monitoring rada izborne administracije, finansiranja političkih subjekata, ali i monitoring ponašanja političkih subjekata (organizacija događaja, potencijalni incidenti i kupovina glasova i sl.).

Imajući sve ovo u vidu, CeSID je fokus svog delovanja podelio na dva dela: 1) aktivnosti tokom izborne kampanje (ali i tokom neizbornog perioda) i 2) aktivnosti tokom izbornog dana.

### Aktivnosti CeSID-a u toku izborne kampanje

Imajući u vidu značaj odgovornog i transparentnog ponašanja političkih subjekata i kandidata tokom izborne kampanje te jačanja veze između građana i izabranih predstavnika u Narodnoj skupštini i lokalnim parlamentima, CeSID je realizovao dve grupe aktivnosti: prva grupa aktivnosti je obuhvatila organizovanje javnih TV debata „Reč na reč“, sa ciljem jačanja odgovornosti i otvorenosti izabranih predstavnika, dok je druga grupa aktivnosti za fokus imala finansiranje političkih aktivnosti tokom kampanje.

#### *TV debate „Reč na reč“*

**CeSID od 2012. godine, u saradnji sa Radio-televizijom Srbije (RTS) i brojnim partnerima i prijateljima iz međunarodnih organizacija<sup>27</sup>, organizuje javne TV debate „Reč na reč“ sa ciljem promocije odgovornog i transparentnog ponašanja izabranih predstavnika i jačanja veze između njih i birača/građana Srbije. Debate su alatka putem**

<sup>27</sup> Debate „Reč na reč“ do sada su podržali i pomogli: Britanska ambasada u Beogradu, NDI, USAID/ISC, Misija OEBS-a u Srbiji i UNDP Srbija.

kojih CeSID želi da promovise principe odgovornosti i transparentnosti, inicirajući pritom reformu izbornog zakonodavstva u pravcu personalizacije izbornog sistema.<sup>28</sup>

Izborne 2014. godine, debate su realizovane u sklopu projekta „Jačanje odgovornosti izabranih predstavnika u Republici Srbiji“ koji je podržala Britanska ambasada u Beogradu. Projekat je obuhvatio ukupno šest debata – tri u neizbornom periodu, pre početka kampanje (Čajetina, Bor i Negotin) i tri tokom kampanje (Niš, Novi Sad i Beograd). U debatama je učestvovalo šest do sedam učesnika, predstavnika političkih stranaka koji su imali predstavnike u Narodnoj skupštini (SNS, DS, URS, DSS, LDP i SPS). Uoči svake debate, CeSID je realizovao javnomnenska istraživanja koja su imala za cilj da identifikuju teme i ključne probleme za ove debate (u regionu/okruhu u kome se debata organizovala). Publika, koju su činili građani, predstavnici OCD i lokalnih samouprava, imala je pravo da postavlja pitanja učesnicima debata. Sve debate su emitovane (uživo ili odloženo) na prvom ili drugom programu javnog servisa.

Dobro ukomponovan koncept debata „Reč na reč“<sup>29</sup>, pređašnje iskustvo i dobijene visoke ocene, kao i aktuelni gosti i teme, usloveli su visoke rejtinge gledanosti: Čajetina - 540.000 gledalaca, Bor - 600.000 gledalaca, Zrenjanin - 410.000 gledalaca, Niš – 1.170.000 gledalaca, Novi Sad 1.280.000 gledalaca i Beograd – 1.330.000 gledalaca.

Debatu je pratila i veoma jaka digitalna kampanja, pre svega, na Fejsbuku i Tviteru.

Rezultati ovih debata su ogromni: na jednoj strani je promovisana kultura dijaloga i otvorene debate o najvažnijim temama (ne onim koje su veštački stvorene, već o realnim problemima koje su sami građani kandidovali), dok se na drugoj strani promovise (zabravljene?) princip da su predstavnici u parlamentu „samo“ izabrani predstavnici građana, koji moraju njima da odgovaraju i da budu transparentni u svom radu. Na ovaj način je CeSID, najbolje što je mogao, promovisao i ključne principe koje bi trebali da sadrže novi izborni zakoni.

---

<sup>28</sup> Zakon o izboru narodnih poslanika i Zakon o lokalnim izborima propisuju da se poslanici/odbornici biraju po proporcionalnom izbornom sistemu sa Republikom Srbijom/lokalnom samoupravom kao jednom izbornom jedinicom na osnovu lista političkih partija, stranačkih koalicija i lista koje predlažu grupe građana, a mandati se raspodeljuju srazmerno broju osvojenih glasova.

Dva su najvažnija uticaja koje izborni sistem vrši na delovanje političkih partija u Srbiji. Posledica zatvorenih izbornih lista, gde birači glasaju za listu u celini bez mogućnosti uticaja na redosled stranačkih kandidata, je ta da je sama izborna kampanja najčešće vezana za stranačke platforme i poruke koje stranka prenosi biračkom telu. U tom procesu kvalitet i verifikacija vrednosti pojedinačnih kandidata koji će ući u parlament ostaje zanemarljiva. To dovodi do stagnacije stranačke infrastrukture, a ključnu ulogu imaju pojedinci ili grupa ljudi koja se nalazi na vrhu stranačke hijerarhije. Druga posledica vidi se u procesu stranačke hijerarhije to jest u (ne)mogućnosti pojedinaca da na osnovu postignutih rezultata zauzme odgovarajući položaj na stranačkoj lestvici i posledično na izbornoj listi stranke. Bliskost opštinskom i/ili stranačkom vrhu na centralnom nivou stoga postaje neophodni kriterijum za uspon pojedinca u političkoj partiji (Vuković, 2011).

<sup>29</sup> Ovo su neka od najvažnijih opštih pravila „Reč na reč“ debata: 1. Svi učesnici u debati su ravnopravni. 2. Svakom od učesnika će biti postavljena ukupno 3 ista pitanja. 3. Svi učesnici imaju isto vreme za izlaganje: ukupno 10 min. 4. Svaki učesnik ima po 3 min. za svako postavljeno pitanje. Od tog vremena, svaki učesnik ima 1 min. da odgovori na postavljeno pitanje i još 2 puta po 1 min. koje može da iskoristi za: dopunu svog odgovora, komentar izlaganja drugog/drugih učesnika, reagovanje na izlaganje drugog/drugih učesnika 5. Na kraju debate, svaki učesnik ima po 1 dodatni min. za završnu reč. 6. Učesnici će imati uvid u vreme koje im je preostalo za svako izlaganje. 7. Tokom izlaganja jednog učesnika, biće uključeni samo njegov/njen mikrofon i mikrofon urednika debate. 8. Učesnici neće prekidati jedan drugog i neće uzimati drugome reč i vreme za odgovor. 9. Urednik debate ima pravo da isključi mikrofon učesniku koji se ne pridržava pravila. 10. Urednik debate ima pravo da, nakon dve opomene, udalji iz debate učesnika koji odbija da se pridržava prihvaćenih pravila debate.

Kada govorimo o pravnom i institucionalnom okviru finansiranja političkih aktivnosti u Srbiji, dva su važna događaja: 2010. godine osnovana je Agencija za borbu protiv korupcije koja je nadležna za kontrolu političkih subjekata, dok je 2011. godine usvojen Zakon o finansiranju političkih aktivnosti. Ranija zakonska rešenja u ovoj oblasti (1997. i 2003. godine) imala su brojne nedostatke, pa stoga možemo konstatovati da je tek na izborima 2012. urađena koliko-toliko realna procena stranačkih troškova.

CeSID je proteklih godina dao veliki doprinos promociji novih zakonskih rešenja i saradnje sa Agencijom za borbu protiv korupcije, a eksperti CeSID-a učestvovali su i u pripremi zakonskih rešenja i podizanju kapaciteta Agencije za monitoring finansiranja izbornih kampanja.

Aktivnosti u ovoj oblasti CeSID je realizovao u okviru projekta „Ka efikasnijem radu nezavisnih državnih institucija: korak prema uspešnjoj kontroli finansiranja političkih stranaka“ koji je podržan od strane USAID/JRGA projekat. Projekat je trajao od juna 2013. godine do kraja marta 2014. godine. **Tokom trajanja kampanje, CeSID je pripremio dve studije – „Dosadašnja zakonska regulativa i iskustva u njenoj primeni i preporuke za unapređenje zakonskog okvira“ i „Vodič o finansiranju političkih subjekata: redovan rad i izborne kampanje“ (CeSID/USAID/JRGA projekat, 2014) i tri okrugla stola o finansiranju izbornih kampanja, i to u Beogradu, Novom Sadu i Nišu.**

Publikacija „Dosadašnja zakonska regulativa i iskustva u njenoj primeni i preporuke za unapređenje zakonskog okvira“ nastala je sa ciljem da prezentuje najznačajnije efekte dosadašnje primene Zakona o finansiranju političkih aktivnosti (2011) i ukaže na modalitete mogućih promena pojedinih odredbi iz tog zakona. Pretpostavka od koje smo pošli je da je ovaj zakon unapredio oblast finansiranja političkih subjekata i da samim tim predstavlja važan antikoruptivni okvir. Na sam koncept zakona nije bilo ozbiljnijih primedbi, kako od strane političkih subjekata, tako i od strane stručne javnosti. Budući da su od usvajanja ovog akta (2011.) do danas održani opšti izbori u maju 2012. i parlamentarni 2014. godine, kao i niz lokalnih izbora, imali smo prilike da sagledamo koji su efekti primene ovog zakona, njegove vrline i eventualne nedostatke.

Publikacija „Vodič o finansiranju političkih subjekata: redovan rad i izborne kampanje“, ima za cilj da političkim subjektima, stručnoj javnosti i građanima, ponudi detaljan osvrt na sve relevantne aspekte finansiranja političkih subjekata: značaj zakonskog okvira u ovoj oblasti, uporedna iskustva o finansiranju iz javnih i privatnih izvora, iskustva SAD i država regiona u ovoj oblasti, analizu izborne komunikacije i plaćenog političkog oglašavanja, kao i detaljnu analizu finansiranja izborne kampanje 2012. godine (iz različitih uglova).

Na tri okrugla stola koja su organizovana sa ciljem prezentacije projektnih rezultata, ali i projekcije izbornih troškova u kampanji i njihove transparentnosti, prisustvovali su novinari, predstavnici civilnog sektora i međunarodnih organizacija. Okrugli stolovi su organizovani u Beogradu (12. marta), Novom Sadu (26. marta) i Nišu (27. marta).<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Na okruglim stolovima su govorili: Zoran Stojilković (Agencija za borbu protiv korupcije), Miodrag Milosavljević (Fondacija za otvoreno društvo), Đorđe Vuković i Bojan Klačar (Centar za slobodne izbore i demokratiju - CeSID), Rade Đurić (Transparentnost Srbija) i Pavle Dimitrijević (BIRODI).

## Organizacija posmatrača za izbore 2014. godine

Parlamentarne i gradske izbore u Beogradu 2014. godine, CeSID je posmatrao na tri nivoa:

- Praćenjem rada Republičke izborne komisije (RIK);
- Praćenjem rada radnih tela koja je obrazovala Republička izborna komisija u opštinama/gradovima – uz učešće 168 posmatrača;
- Praćenjem rada biračkih odbora na biračkim mestima (parlamentarni i lokalni izbori) – uz učešće 1.200 posmatrača.

Posmatranje rada RIK-a uključilo je, pre svega, praćenje procesa odlučivanja i transparentnosti u radu, imajući u vidu strukturu izborne administracije koja je koncipirana na partijskoj-paritetnoj osnovi. Ovo je drugi izborni ciklus na kome je Uputstvo za sprovođenje izbora prilagođeno činjenici da je u Srbiji stupio na snagu Zakon o jedinstvenom biračkom spisku, usvojen 2009. godine. To uključuje i da je bilo moguće glasanje na osnovu mesta boravišta.

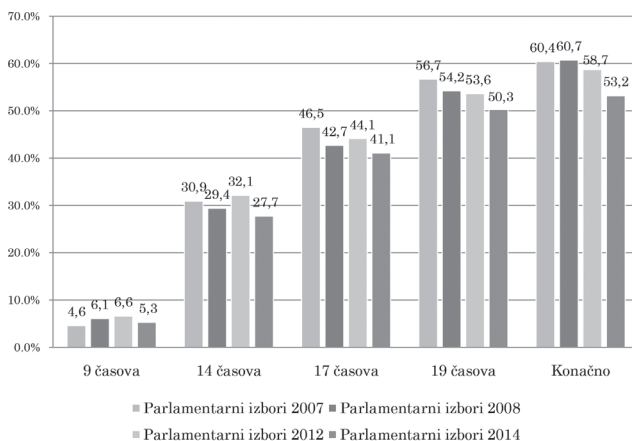
Biračkih mesta je bilo manje u odnosu na izbore 2012 : tada je bilo 8.585 biračkih mesta, a 2014. godine - 8.387.

Drugi nivo odnosa sa RIK-om je bila komunikacija u vezi sa domaćim posmatračima, koja je u ovom ciklusu bila na zadovoljavajućem nivou, dok je brzina izdavanja akreditacija bila na zavidnom nivou. Kao i 2012. godine CeSID nije mogao da posmatra izbore na Kosovu i Metohiji jer je njih sproveo OEBS, dok su se glasovi brojali u Raškoj i Vranju.

Tok izbora na sam izborni dan pratilo je više od hiljadu posmatrača CeSID-a širom Srbije. Osim zadatka da uoče i izveste o mogućim nepravilnostima na biračkom mestu, posmatrači su vodili evidenciju o broju izašlih birača četiri puta tokom dana, kao i da na kraju izbornog dana jave tačne rezultate glasanja sa biračkog mesta na kom su bili raspoređeni.

**Na osnovu dostavljenih podataka CeSID je 16. marta realizovao parcijalno prebrojavanje glasanja metodom reprezentativnog uzorka (PPVT).** U uzorak je ušlo više od 1.000 biračkih mesta, dok je u centralnoj kancelariji organizovan call-centar sa 15 telefonskih linija. Po jedan operater opsluživao je svaku telefonsku liniju, a svaki računar je bio povezan sa centralnim, što je omogućilo da se u svakom momentu prati ko se od posmatrača javio ili nije javio, kakva je procena izlaznosti i rezultata na osnovu javljenih podataka, kao i koji je kvalitet realizacije uzorka. Posmatrači su izlaznost birača javljali u 9h, 14h, 17h i 19h, a nakon jednog sata od preseka izlaznosti, organizovane su i konferencije za štampu na kojima su se objavljivali dobijeni podaci. Konferencije za novinare su organizovane u press centru TANJUG-a sa početkom u 10h, 14h, 18h, 20h, 21h i 22h.

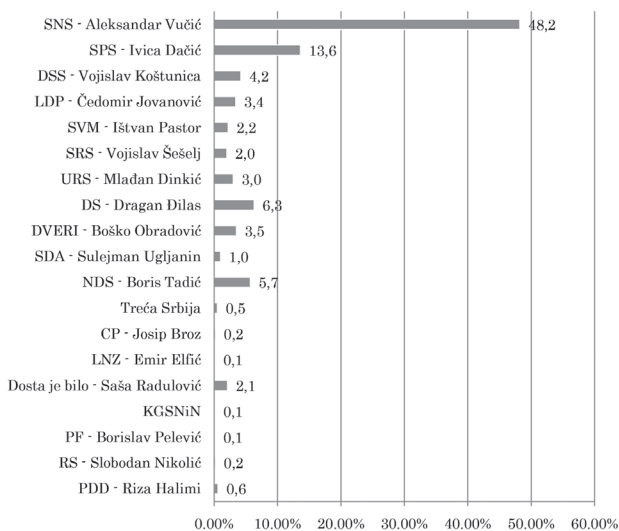
Grafikon 7: Trendovi izlaznosti, CeSID-ove projekcije na sam izborni dan – poređenje sa ranijim izbornim ciklusima (u %)



Izbornu noć CeSID je organizovao u saradnji sa novinskom agencijom TANJUG, kao što je to bio slučaj i 2012. godine. Tokom izborne večeri, organizovane su panel diskusije na kojima su poznati stručnjaci i analitičari davali procene rezultata i procenjivali u kom pravcu će se kretati srpska politička scena.

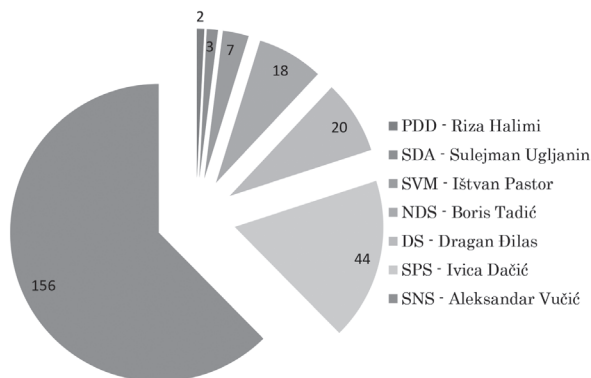
Prve procene rezultata objavljene su oko 21.05h dok je konačna procena saopštena dan kasnije. Međutim, prva procena CeSID-a objavljena posle tek nešto više od sat vremena bila je sa zanemarljivim odstupanjima od zvaničnih rezultata. Time je građanima i stručnoj javnosti obezbeđeno da iste večeri saznaju izborne rezultate, čime je nastavljena 17 godina uspešna tradicija.

Grafikon 8: Izborni rezultat, CeSID-ove projekcije tokom izborne večeri (u %)



Iz *Grafikona 8* vidi se da je procena CeSID-a tačna jer su odstupanja od zvaničnih rezultata minimalna i iznose ispod 1%. Treba napomenuti da u procenu CeSID-a nisu uključeni rezultati sa Kosova i Metohije, jer posmatrači CeSID-a nisu imali pristup rezultatima glasanja.

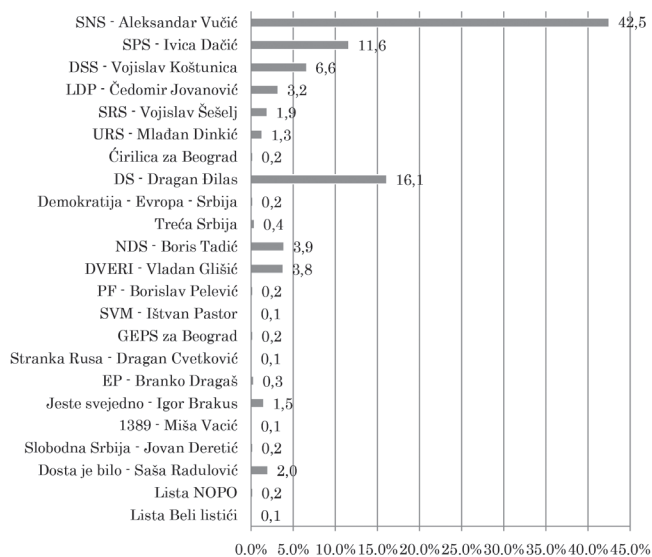
*Grafikon 9: Raspodela mandata, parlamentarni izbori, CeSID-ove projekcije tokom izborne večeri (u %)*



Osim konferencija za štampu, CeSID je preseke izlaznosti i procene rezultata objavljivao i na svojoj veb stranici. Tokom izbornog dana, sajt CeSID-a posetilo je više od 20.000 građana.

CeSID je pratio i gradske izbore u Beogradu. U grafikonu 9 su uslovne procene izbornih rezultata sa tih izbora koje je CeSID objavio tokom izborne večeri.

*Grafikon 10: Izborni rezultati, gradski izbori u Beogradu, CeSID-ove projekcije tokom izborne večeri (u %)*



## Izborne nepravilnosti

Izborni dan 16. marta, generalno uzev, protekao je mirno, ali je dolazilo do različitih „manjih“ ili većih nepravilnosti širom Srbije. Međutim, zabeležene nepravilnosti nisu značajno uticale na rezultate izbora tako da možemo da kažemo da su izbori održani 16. marta bili regularni. Posmatrači CeSID-a javljali su nam nepravilnosti koje možemo svrstati u dve grupe. Prvu grupu nepravilnosti čine one koje se odnose na one probleme koji su doveli (ili su mogli da dovedu) do poništavanja određenih biračkih mesta, što često nije produkt velikih incidenata, nego previda ili neinformisanosti biračkih odbora. Drugu grupu čine „manje“ nepravilnosti koje su „uobičajene“ i ponavljaju se iz ciklusa u ciklus. To su: kašnjenje sa otvaranjem biračkih mesta, nedovoljna obučenost članova biračkih odbora, njihova „neuigranost“, gužva na biračkim mestima (između ostalog i zbog velikog broja članova biračkog odbora iz proširenog sastava), nedostatak izbornog materijala, glasanje bez dokumenata u ruralnim sredinama.

Posebna grupa nepravilnosti odnosi se na greške u biračkim spiskovima. Kao što je navedeno na početku teksta, na opštim izborima 2012. godine prvi put je upotrebljen jedinstveni birački spisak, čime je, između ostalog, omogućeno i glasanje po mestu boravišta građana. Po saznanjima CeSID-a jedan broj ljudi nije bio upisan u biračke spiskove, a najveći broj je onih birača koji su se prijavili da glasaju po mestu boravišta i dobili Rešenje opštinske/gradske izborne komisije, ali biračko pravo nisu mogli da iskoriste jer se nisu nalazili na biračkom spisku. Tokom izbornog dana zabeleženo je i agitovanje birača da glasaju za određenu opciju. Sve ovo ukazuje da je urađeno vrlo malo ili nimalo povodom činjenice, na koju upozoravaju posmatrači CeSID-a već nekoliko godina, a tiče se sastava biračkih odbora i njihovog nedovoljnog poznavanja izbornih pravila i procedura.

## Završna razmatranja

Reforma izbornog zakonodavstva jedna je od temeljnih pretpostavki daljeg napretka i razvoja političko-partijske scene u Srbije.

Zakon o jedinstvenom biračkom spisku, Zakon o političkim strankama i Zakon o finansiranju političkih aktivnosti doneti su tokom 2009. i 2010. godine. Napravljen je značajan korak napred u pravcu reforme izbornog zakonodavstva, ali da bi ona bila zaokružena neophodno je promeniti i zakone kojima se uređuje biranje narodnih poslanika i odbornika, kao i funkcionisanje izborne administracije. CeSID će u narednom periodu nastaviti da lobira i zagovara među političkim akterima i u javnosti za promenu izbornog sistema u pravcu veće personalizacije i regionalne predstavljenosti kandidata. **Važno je da Zakoni o izboru o narodnih poslanika i Zakon o izboru odbornika budu doneti u prvoj godini ili godinu i po mandata Vlade, kako bi svi učesnici u izbornom procesu imali dovoljno vremena da se upoznaju sa pravima i obavezama koja bi proisticala iz ovih zakona i kako bi se pripremili za naredni izborni ciklus.** Budući da je već prošlo šest meseci u radu nove Vlade, a da tema reforme izbornog zakonodavstva nije na dnevnom redu, pitanje je da li ćemo nove medijske zakone dobiti i u ovom mandatu.

Reforma izbornog zakonodavstva trebalo bi da uključi i reformu državne administracije, na svim nivoima. Kada je reč o neupisanim biračima, osim greške koja je evidentno nastala u radu opštinskih uprava, koje nisu na vreme ažurirale birački spisak, treba naglasiti i odgovornost samih birača koji nisu blagovremeno proverili da li su i nekom biračkom mestu upisani.

## LITERATURA:

Nedović, Slobodanka (1997): Predgovor u Oko izbora: izveštaj Centra za slobodne izbore i demokratiju sa parlamentarnih i predsedničkih izbora, septembar-oktobar 1997. godine

Vuković, Đorđe (2011): Izborna zakonodavstvo i izborni proces u Srbiji, doktorski rad (neobjavljen rad), Fakultet političkih nauka, Univerzitet u Beogradu

Vuković, Đorđe; Tamburkovski Nikola (2014), urednik Klačar, Bojan: Dosadašnja zakonska regulativa i iskustva u njenoj primeni i preporuke za unapređenje zakonskog okvira, CeSID i USAID/JRGA projekat

Zbornik radova, urednik Klačar, Bojan (2014): Vodič o finansiranju političkih subjekata: redovan rad i izborne kampanje, CeSID i USAID/JRGA projekat



## MEDIJSKA IZBORNA MATRICA – POTVRDA 2014.

Zoran Gavrilović i Dražen Pavlica, Biro za društvena istraživanja (BIRODI)

Biro za društvena istraživanja 2012. godine ustanovljuje monitoring medija, a sve u želji da utvrdi gde su mediji na kontinuumu informisanje–kritička analiza/zapitkivanje-propaganda. U tu svrhu je sproveden monitoring medija tokom izbora 2012. i 2014. godine. Dobra stvar sa aspekta monitoringa je činjenica da je došlo do promene vlasti, tako da je opozicija iz 2012. dve godine kasnije u izbore ušla kao vladajuća stranka. Time smo došli u priliku da sagledamo izveštavanje medija u uslovima promenjene izvršne vlasti.

U ovom radu, u komparativnom okviru, predočavamo nalaze iz medijskog monitoringa dva izborna procesa. Prvi deo rada se odnosi na obim i tonalitet predstavljanja izbornih lista, kao i na funkcionersku kampanju, u centralnim informativnim emisijama (Zoran Gavrilović). Drugi deo se fokusira na medijsko predstavljanje i način vođenja dijaloga u političkim emisijama (Dražen Pavlica).

### Medijsko izveštavanje centralnih informativnih emisija

U ovom delu teksta predmet analize su nalazi o izveštavanju centralnih informativnih emisija sledećih emitera: RTS 1, TV Pink, TV B92, TV Prva i TV Vojvodina.

Za razliku od izborne kampanje iz 2012, kada je monitoring trajao mesec dana, raspoloživa sredstva i kadrovi omogućili su praćenje medija u poslednje dve nedelje izborne kampanje 2014. godine.

Rezultati iz *Tabele 5* podsetiće nas kako je bilo 2012. godine u poslednje dve nedelje izborne kampanje. U proseku gledano, između polovine i dve trećine vremena u informativnim emisijama političke su stranke bile predstavljene pozitivno. Posmatrano na nivou stranaka, izuzev Demokratske stranke Srbije na RTS, odnosno Dveri na RTS, TV Vojvodina, TV Prva i TV B92, sve stranke su bile natpolovično pozitivno predstavljene. Takav se zaključak ima zahvaliti postojanju fenomena partijskih kamera, odnosno činjenici da su od stranaka snimljeni televizijski prilozii emitovani kao novinarski sadržaji u informativnim emisijama. To nas upućuje na zaključak da su centralne informativne emisije (dnevnic) bili u funkciji promocije političkih stranaka.

*Tabela 5: Procenat pozitivnog predstavljanja u % po strankama/koalicijama na televizijama 2012.*

	RTS	Pink	B92	Prva	Vojvodina
Demokratska stranka Srbije	47	45	48	43	51
Srpska radikalna stranka	59	52	60	48	55
Preokret - Čedomir Jovanović	76	70	79	67	57
URS - Ujedinjeni regioni Srbije	71	73	72	56	69
Izbor za bolji život - Boris Tadić	73	76	84	82	51
Dveri	46	64	37	33	38
Ivica Dačić - SPS, PUPS, JS	73	76	71	57	51
Pokrenimo Srbiju - Tomislav Nikolić	69	67	58	45	78
<b>PROSEK</b>	<b>64.2</b>	<b>65.4</b>	<b>63.6</b>	<b>53.9</b>	<b>56.2</b>

Nešto slično se dešavalo pri izveštavanju o najvišim državnim funkcionerima u poslednje dve nedelje majskih izbora 2012. godine. Iz navedenih rezultata (*Tabela 6*) jasno se vidi da su funkcionersku kampanju (natpolovično pozitivno predstavljanje) imali premijer Cvetković na RTS i TV Pink, ministar odbrane Dragan Šutanovac i ministar trgovine Dušan Petrović na RTS. Ministar unutrašnjih poslova Ivica Dačić je imao funkcionersku kampanju na TV Prva, dok je gradonačelnik Beograda ovu vrstu medijske prezentacije imao na TV Pink i TV B92. Najzad, TV Vojvodina je funkcionersku kampanju tokom izborne kampanje 2012. omogućila predsedniku pokrajinske vlade Bojanu Pajtiću.

*Tabela 6: Funkcionerska kampanja tokom izborne kampanje 2012. godine u %*

	RTS	Pink	B92	Prva	Vojvodina
Predsednik Vlade Mirko Cvetković	71	73			
Ministarstvo odbrane	90				
Ministarstvo poljoprivrede, trgovine...	71		25	40	49
Ministarstvo unutrašnjih poslova			36	59	
Ministarstvo za Kosovo i Metohiju		71		35	
Gradonačelnik Beograda		68	68		
Predsednik Vlade Vojvodine Bojan Pajtić					99

U monitoringu medija tokom poslednje dve nedelje izbora 2014. godine konstatovali smo pogoršanje situacije po pitanju pozitivnog izveštavanja, jer je njegovo prisustvo povećano za petinu u odnosu na izbornu kampanju 2012. godine. Za razliku od prethodno analizirane kampanje iz 2012. godine, izborna kampanja dve godine kasnije bila je poražavajuća, jer je teza o propagandnoj (biltenskoj) ulozi medija dobila još uverljiviju argumentaciju (*Tabela 7*). Izuzev stranaka nacionalnih manjina, koje za televizije u privatnom vlasništvu nisu (medijski) postojale, sve ostale stranke/koalicije/liste imale su natpolovično predstavljanje. Valja naglasiti da su stranke koje su imale manju vremensku prisutnost pozitivnije predstavljene, čime je, donekle, izvršena kompenzacija.

Tabela 7: Procenat pozitivnog predstavljanja u % po strankama/koalicijama na televizijama 2014

	RTS	PINK	B92	Prva	Vojvodina
SNS, SDPS, NS, SPO, Pokret socijalista	75.8	98.9	89.9	87.3	82.2
SPS, PUPS, JS	92.5	95.3	79.5	72.1	93.6
Demokratska stranka Srbije	98.2	93.7	94.5	95.3	93.1
LDP, BDZS, SDU	98.4	91.7	83.3	86.4	91.9
Savez vojvođanskih Mađara	82.1	100.0	85.9	72.3	97.4
Srpska radikalna stranka	89.0	77.1	87.9	86.3	100.0
Ujedinjeni regioni Srbije	99.1	100.0	96.0	97.4	100.0
Demokratska stranka	91.9	77.3	77.8	83.4	88.9
Grupa građana Dveri	94.5	86.7	89.2	84.9	100.0
SDA Sandžaka	98.3	93.8	92.3	78.4	100.0
NDS, Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu	89.2	93.7	83.4	84.1	99.2
Treća Srbija	94.5	84.0	97.0	92.9	100.0
Crnogorska partija	98.9	0	0	100.0	100.0
Lista nacionalnih zajednica-BDZ-MPSZ-DZH-MRM-MEP	79.4	0	0	0	48.1
Dosta je bilo – Saša Radulović	98.9	88.4	84.5	0	100.0
Patriotski front - Borislav Pelević	96.7	0	0	100.0	0
Ruska stranka - Slobodan Nikolić	100.0	0	0	0	0
Koalicija svih naroda i narodnosti	100.0	0	0	0	0
Jeste svejedno - Brakus	0	0	0	100.0	0
<b>PROSEK</b>	<b>88.3</b>	<b>90.8</b>	<b>87.8</b>	<b>88.1</b>	<b>93.0</b>

Tabela 8: Procenat ukupnog vremena predstavljanja u % po strankama/koalicijama na televizijama 2014

	RTS	Pink	B92	Prva	Vojvodina
SNS, SDPS, NS, SPO, Pokret socijalista	14.2	14.2	16.5	14.8	16
SPS, PUPS, JS	6.6	9.6	8.6	9.7	7.2
Demokratska stranka Srbije	5	6.8	6	6.2	2.8
LDP, BDZS, SDU	5.1	6.9	6.6	5.8	9.6
Savez vojvođanskih Mađara		2.8	1	1	2
Srpska radikalna stranka	4.6	2.9	4.2	4.1	1
Ujedinjeni regioni Srbije	4.6	4.4	11	5.3	0.8
Demokratska stranka	6.8	3.8	7.2	7	9.4
Grupa građana Dveri	6	2	3	5	2
SDA Sandžaka	4	3	0	1	2
NDS, Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu	4.5	5.3	5	6.1	9
Treća Srbija	4	1	2.7	0	0
Patriotski front - Borislav Pelević	2	0	0	0	0.5
Ruska stranka - Slobodan Nikolić	1	0	0	0	
Jeste svejedno - Brakus	1	1	0	1	0.9

Iz priložene tabele se vidi da je raspodela vremena vršena, manje-više, prema pozicioniranosti izbornih takmaca u javnom mnjenju. Naime, sve učesnike možemo podeliti na jednaki, jednake i marginalizovane.

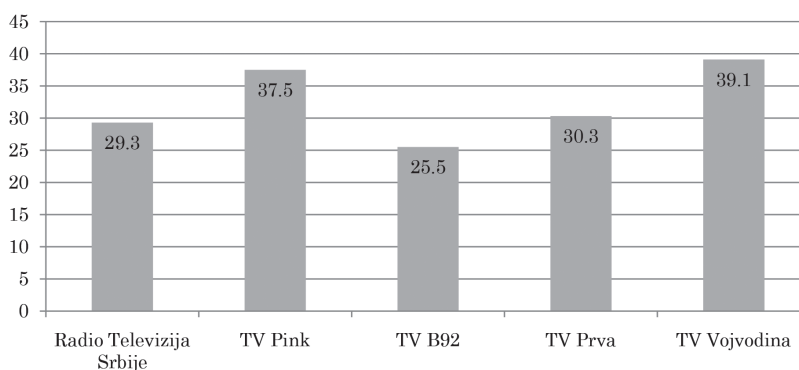
U prvu grupu se mogu uvrstiti lista koju je predvodila Srpska napredna stranka i koalicija oko Socijalističke partije Srbije. SNS je bila najviše zastupljena na svim posmatranim televizijama, a najviše na TV B92 i TV Vojvodina. S druge strane, SPS je najviše bila zastupljena na TV Pink, TV Prva i TV B92.

U grupu jednakih se mogu svrstati partije/koalicije koje imaju predznak "parlamentarna opozicija", čije se prisustvo kretalo od 4% do 6%. To su liste oko Demokratske stranke, Nove demokratske stranke, Liberalno demokratske stranke, Ujedinjeni regioni Srbije i Demokratska stranka Srbije. Naravno, i ovde postoje izuzeci. Tako je lista Ujedinjenih regiona Srbije bila više od ostalih televizija predstavljena na TV B92, a lista oko Liberalno demokratske partije na TV Vojvodina. Isto važi za listu koju je predvodio bivši predsednik Srbije Boris Tadić, koja je značajno više bila predstavljena na TV Vojvodina. S druge strane, Demokratska stranka je na TV Pink bila vidno manje predstavljena nego na ostalim televizijama koje smo monitorisali. Tako da možemo zaključiti da je Demokratska stranka u svom „vladajućem ataru“, Vojvodini, bila medijski „opterećena“ sa dve konkurentne stranke/koalicije koje su proistekle iz nje, dok je na najgledanijoj komercijalnoj televiziji bila marginalizovana.

Što se tiče marginalizovanih aktera u medijima, oni čine dve grupacije. Prva je vanparlamentarna opozicija (izuzev Srpske radikalne stranke, koja je bila na granici ove podele, a pri tome je u izborni ciklus ušla kao parlamentarna stranka!), a druga su stranke nacionalnih manjina, odnosno liste koje su činile stranke nacionalnih manjina.

Funkcionerska kampanja je bila prisutna i u ovoj izbornoj kampanji, uz napomenu da se broj aktera smanjio, a procenat pozitivnog u odnosu na ukupno vreme značajno uvećao, i to do 30% i više. Treba apostrofirati kako je (tehnička) Vlada Srbije bila najdominantniji akter u posmatranom periodu, a pre svega na TV Pink i TV Vojvodina.

*Grafikon 11: Procenat vremena u kojem je predstavljena Vlada Srbije tokom izborne kampanje 2014.*



Izrazitu funkcionersku kampanju su imali, pre svih Aleksandar Vučić, prvi potpredsednik Vlade i, njemu uz rame, Ivica Dačić, predsednik Vlade. Za njima ne zaostaju ministar finansija Krstić, Jovan Krkobabić, potpredsednik Vlade i ministar rada, zapošljavanja i socijalne politike i Dragan Glamočić, ministar poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede.

*Tabela 9: Funkcionerska kampanja tokom izborne kampanje 2014. godine u %*

	RTS	PINK	B92	Prva	Vojvodina
Aleksandar Vučić, prvi potpredsednik Vlade	90.9	94.9	96.1	93.2	95.2
Ivica Dačić, predsednik Vlade	86.3	97.1	87.8	72.0	83.1
Lazar Krstić, ministar finansija			90.1	99.2	
Jovan Krkobabić, potpredsednik Vlade i ministar rada, zapošljavanja i socijalne politike		99			
Dragan Glamočić, ministar poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede					94.7

U prilog postojanju funkcionerske kampanje govore nalazi Transparentnost Srbija, koja je uočila da „broja promotivnih aktivnosti u odnosu na isti period godinu dana ranije ima 848% više<sup>31</sup>“. Kao dodatni argument koji govori o postojanju funkcionerske kampanje, Transparentnost Srbija navodi de je „ogroman pad aktivnosti zabeležen u periodu neposredno nakon izbora – broj promotivnih aktivnosti bio je pet puta manji, i sveo se na 18% aktivnosti iz perioda kampanje“.

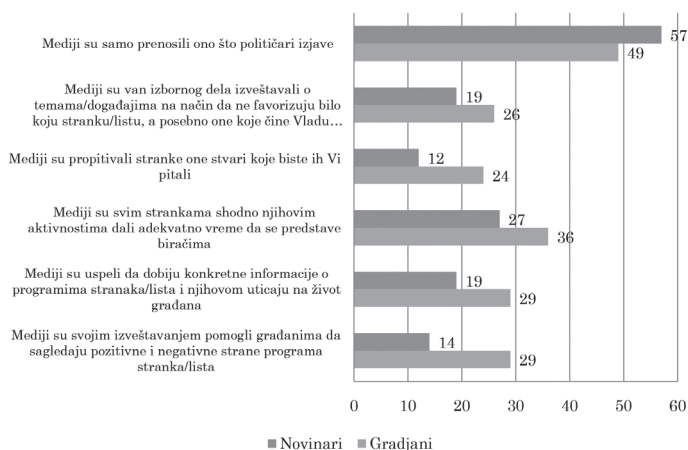
U želji da zaokružimo pogled na izveštavanje medija tokom parlamentarnih izbora 2014. godine sprovedeno je istraživanje, u okviru panela [www.tvojestav.com](http://www.tvojestav.com), sa građanima i *on-line* anketa sa novinarima članovima Nezavisnog udruženja novinara Srbije (NUNS).

Panel istraživanje sa građanima sprovedeno je na prigodnom uzorku od 1004 ispitanika. Članovima panela (3400) ponuđeno da za 30 dinara popune anketu. U analizu je uzeto prvih 1004 upitnika. Anketa je aktivirana 18.03.2014. u 12:54, popunjena je sa 976 jedinstvenih IP adresa. Prosečno trajanje popunjavanja ankete je bilo 10 minuta i 34 sekunde. Prvo popunjavanje anketa je izvršeno 18.03.2014. u 19:18, a poslednje 21.03.2014. u 15:00.

Isti upitnik je preko mejl liste NUNS-a dostavljen članovima ovog profesionalnog udruženja. Na njega je odgovorilo 110 ispitanika.

Paneliste i novinare smo pitali kako ocenjuju ponašanje medija. Podaci govore da su učesnici ovog našeg istraživanja stava da su mediji bili u funkciji, pre svega, prenošenja informacija, da su mediji određene stranke, pogotovo one na vlasti, favorizovali, da mediji nisu pitali učesnike kampanje ono što bi ih pitali naši ispitanici, da stranke/koalicije nisu predstavile programe stranaka na način da se vide pozitivne i negativne strane programa, odnosno da mediji nisu bili od koristi građanima pri donošenju odluke za koga glasati. Vidljivo je da su novinari kritičniji od građana po pitanju izveštavanja medija tokom izborne kampanje.

*Grafikon 12: Stavovi panelista Tvoj stav i novinara-članova NUNS-a o izveštavanju medija tokom kampanje za parlamentarne izbore 2014. godine*



<sup>31</sup> <http://www.transparentnost.org.rs/images/stories/materijali/13062014/Aktivnosti%20javnih%20funkcionera%20tokom%20kampanje%20za%20izbore%202014,%202013.06.2014.pdf>

Da zaključimo. Medijska izborna matrica televizija sa nacionalnom frekvencijom koje su bile predmet monitoringa tokom dva poslednja izborna ciklusa karakteriše: dominacija pozitivnog, neanalitičnog, a u nekim segmentima i propagandnog izveštavanja, kako o neposrednim učesnicima (partijama i koalicijama), tako i o posrednim učesnicima (javnim funkcionerima koji svoju ulogu (zlo)upotrebljavaju za promociju stranke/koalicije kojoj pripadaju). Izveštavanje o posrednim akterima izbora se pretvara u funkcionersku kampanju koja je neregulisan i nekažnjiv vid zloupotrebe javnih resursa podržan od medija. Sve navedeno medija stavlja u ulogu sredstava propagande i promociju u funkciji političkih stranka/koalicija, pre svega onih koji su na vlasti ili se očekuje da je preuzmu. Građani ostaju uskraćeni za pomoć medija u propitivanju političara i njihovih obećanja. To nas dovodi u poziciju da zaključimo da mediji svojim izveštavanjem ne doprinose demokratizaciji kako izbornog procesa, ali i većem legitimitetu novoizabrane vlasti. Jedina promena koja se desila u dve posmatrane izborne kampanje je da su novi glumci u uzeli uloge u starim predstavama. Od ovog zaljučka odstupa TV Pink koja je prema Demokratskoj stranci jedan (pozitivan) pristup imala tokom 2012. godine, a drugi (marginalizujući) dve godine kasnije. Tezu o marginalizaciji Demokratske stranke na TV Pink baziramo na činjenici da u poslednje dve nedelje izborne kampanje od devet priloga ni jedan nije bio emitovan u prva tri (Tabela 10).

Tabela 10: Redosled priloga u izbornom bloku na TV Pink tokom izborne kampanje 2014

	1.mesto	2.mesto	3.mesto	Ukupan broj priloga
Aleksandar Vučić – Budućnost u koju verujemo	11		1	13
Ivica Dačić – SPS, PUPS, JS	1	9		11
Sa Demokratskom strankom za demokratsku Srbiju				9
BORIS TADIĆ – Nova demokratska stranka – Zeleni, LSV, Zajedno za Srbiju, DSVM, Zajedno za Vojvodinu, Demokratska levica Roma		1	4	12
Čedomir Jovanović – LDP – BDZS – SDU	1		2	13
URS – Mlađan Dinkić		2	2	12

Drugi argument je da je Dragan Đilas tokom izborne kampanje 2012. godine kao gradonačelnik Beograda imao “funkcionersku kampanju” na ovoj televiziji, a da samo dve godine kasnije stranka na čijem je čelu biva najmanje prisutna od svih televizija nad kojima je vršen monitoring.

Očito da je ovaj ograničeni monitoring otvorio mnoga pitanja na koja odgovore pre svega treba da daju Regulatorno telo za elektronske komunikacije, Savet za štampu i novinarska udruženja.

### Političke emisije

Posmatrali smo sledeće TV stanice/emisije: **RTS 1** (*Da Možda Ne, Upitnik*), **TV B92** (*Uti-sak nedelje, Odluka*), **TV Vojvodina** (*Sučeljavanje*), **TV Pink** (*Teška reč*) i **TV Prva** (*Stav*

Srbije, *Izbori na Blic*). Dakle, obuhvaćeno je ukupno pet televizija i osam emisija, što je za dve emisije više nego u našem monitoringu izbora iz 2012<sup>32</sup>.

### Sastav učesnika

Najveći broj pojavljivanja u posmatranim emisijama zabeležili su SNS i SPS, odnosno koalicije koje predvode, dok je neznatno zaostala koalicija oko DS. Zastupljeni su bili i predstavnici (niz ide od većeg ka manjem broju pojavljivanja): NDS, LDP, DSS, URS, Dveri, Treća Srbija, GG „Dosta je bilo“. Treba napomenuti da je u jednoj od emisija gostovao i predsednik Srbije Tomislav Nikolić. Sem političkih aktera, u emisijama su gostovali medijski poslenici i predstavnici civilnog društva. Vodilo se, dakle, računa o tome da treba pozvati i predstavnike drugih zainteresovanih segmenata društva, a ne samo neposredne učesnike izborne utakmice.

Jedino su predsednici SNS, Aleksandar Vučić, i SPS, Ivica Dačić, uz predsednika Srbije, imali priliku da sami gostuju u nekoj od posmatranih emisija. Izvestan broj stranačkih funkcionera pojavljivao se u nekoliko različitih emisija, što samo po sebi govori o manjkavim kadrovskim kapacitetima i stepenu unutarstranačke (ne)demokracije. Očigledno da je to dugoročna pravilnost medijske/političke slike Srbije, pošto smo do sličnog nalaza došli i na monitoringu izbora iz 2012.godine. Samo u jednoj od posmatranih emisija, *Sučeljavanje* (TV Vojvodina), pružena je prilika novim i manje poznatim političkim strankama da se predstave gledaocima. Mediji su, uostalom kao i samo političko polje, sve zatvoreniji za neke druge/drugačije aktere i ideje.

### Struktura tema

U najvećem broju emisija razgovor nije bio strogo tematski uokviren. Konceptija najvećeg broja emisija sastojala se u razglabanju personalnih jednačina, kao i u banalnim i besposledničnim dnevopolitičkim nadgornjavanjima. U tom pogledu postoji dublje sadejstvo medija sa političarima, koji intencionalno koketiraju sa takvim pristupom, računajući na neku vrstu lične i/ili stranačke dobiti. U emisijama je bilo premalo vremena za celovito predočavanje sopstvenog ideološkog/ vrednosnog obrasca, kao i za razložnu analizu zatečenog sistemskog okvira. S druge strane, nisu ponuđena ni konkretna rešenja za ključne probleme sa kojima se naše društvo i privreda suočavaju. Imajući u vidu navedene zaključke, postavlja se pitanje o medijskoj, kao i svedruštenoj celishodnosti ovako zamišljenih političkih emisija.

No, bilo je i odstupanja od naznačene medijske zakonomernosti. Primeri za moguće/ poželjno tematsko fokusiranje, posebno u predizborno vreme, bile su emisije *Odluka* (TV B92) i *Izbori na Blic* (TV Prva). Nadasve je to slučaj sa *Odlukom*, u kojoj je striktno zadato tematsko polje uslovilo izbor odgovarajućih gostiju i zavidan nivo analitičnosti.

Sve u svemu, na osnovu posmatranih emisija nismo dobili ni približno obuhvatnu, produbljenu, iznijansiranu i po oblastima uraznoličenu predstavu o stanju i izgledima naše privrede i društva.

---

<sup>32</sup> *Mediji u izborima* (prilog Jelene Mićović), Biro za društvena istraživanja, Beograd, 2012.



Načelno uzev, kroz posmatrane emisije višestruko se prelama sve ono što već duže vremena odlikuje strukturalno saodnošenje medija i političke vlasti/ekonomske moći. Mediji su tako uglavljani između (zlo)volje moćnih (neformalnih) interesnih grupa i neminovnosti povinovanja logici ćudljivog tržišta. U takvom okruženju, valja priznati, teško je očekivati da mediji/novinari odlučno i postojano brane izvorna načela slobodnog i odgovornog žurnalizma.

Otuda nije neobično da pojedini voditelji bivaju medijska proteza određenih stranačkih, užegrupnih i/ili pojedinačnih interesa. Takvi su voditelji, ogoljeno kazavši, vrlo providni i puki preusmerivači razgovora u medijski, i po širu javnost, nesvrshodnom pravcu. S druge strane, pojedini voditelji nastoje da prema gostima zauzmu samostalniji i aktivniji stav. Na taj način otvaraju prostor za kritičkije sagledavanje i produbljenije razlaganje, kao i za ono što se često potcenjuje, a to je tako nasušna novinarska imaginacija. I krajnje dobronamerni posmatrači ne mogu opovrgnuti da je većina emisija urađena rutinski, bez sposobnosti i/ili spremnosti voditelja da podstaknu razboritu, stvaralačku i na opštu dobit usredsređenu raspravu.

Kada je u pitanju domen profesionalnog i ličnog etosa, teško je prevideti da se voditelji nisu dovoljno temeljito pripremali za teme i pojedince koje su ugošćavali u emisijama. Nedostajao je i veći stepen dramaturške umešnosti voditelja, o čemu svedoče prečesta rasplinavanja samog toka i sadržaja razgovora. Samo na trenutak se primećivao medijski funkcionalan spoj unapred pripremljenog nacrtu vođenja emisije i nepredvidljive, a tako dragocj+ene, spontanosti rasprave.

Uopšteno govoreći, voditelji su, uz izvesne izuzetke, ravnopravno tretirali sve goste, tako da je svakome omogućeno da izloži svoja gledišta. Istovremeno, dozvoljeno je učesnicima da prekomerno koriste politikantsko i samosvrhovito izlaganje. Dekonstrukcija uvreženih i oportunih retoričkih obrazaca<sup>33</sup> političara, kao nadasve učinkovito oruđe medija, nije primenjivana ni približno u onoj meri u kojoj je to neophodno.

### **Dodatak: Crtica o političkoj metaforici**

Na kraju ovog jezgrovitog predočavanja nalaza monitoringa prilažemo zapažanja o metaforama kojima su se služili učesnici emisija prilikom opisivanja stanja u našem društvu. Uopšteno uzev, kada bi sudili na osnovu preovlađujućih metafora u političkom diskursu jasno bi bilo da ne živimo u najboljem od mogućih svetova. Nikako ne može biti dobar znak da se metafore prevashodno pozajmljuju iz medicinskog i zoološkog rečnika. Najčešća metafora iz medicinskog domena bila je vezana za najzloćudniju savremenu bolest (kancer, citostatici, metastaza). Zoološke metafore su u tom pogledu bile znatno dobroćudnije, pošto su se ljudi i društvo najčešće poredili sa živinom (pilići, kokošinjac, masni gusani). Kada bi bili krajnje cinični, rekli bi da su nas metafore smestile negde između holivudskog filma katastrofe (u kome neka opaka zarazna bolest pravi demografsku pustoš) i čuvene knjige engleskog književnika Džordža Orvela<sup>34</sup>.

---

<sup>33</sup> Zanimljivo bi bilo sprovesti podrobno (socio)lingvističko raščljanjivanje retoričkih sredstava kojima se (ne) hotimice služe političari. I letimičan pogled na njihove izjave više je nego dovoljan da uočimo žigosanje i klevete, otrcana opšta mesta, tričave floskule, gruba pojednostavljanja, nepodesna poređenja, neinventivne propagandne krilatice, oštri maniheizam, neukusno hvaljenje...

<sup>34</sup> Ne radi se o njegovom još čuvenijem distopijskom romanu 1984, već se misli na satiričnu novelu Životinjska farma.

## ULOGA DRUŠTVENIH MREŽA U KAMPANJI ZA IZBORE 2014

Alisa Kockar i Milan Simonović, Fakultet političkih nauka,  
Univerziteta u Beogradu

### Uvodna razmatranja

Svedoci smo povećanja broja korisnika interneta iz godine u godinu, naročito mladih, kao i činjenice da veliki procenat korisnika interneta koristi barem jednu (ako ne i više) društvenu mrežu. Fejsbuk sa preko milijardu korisnika<sup>35</sup> i Tviter sa više od dvesta miliona članova<sup>36</sup>, predstavljaju portale na kojima se osim časkanja sa prijateljima ili upoznavanja sa budućim ljubavima, mogu deliti ideje, pokretati kampanje i čak dizati bune protiv vlasti.<sup>37</sup> Sama priroda društvenih mreža dovela je do toga da se u područje ovih socijalnih medija uključi i politika, sa svim svojim karakteristikama. Već smo imali prilike da vidimo kako se društvene mreže koriste za animiranje glasača na predsedničkim izborima u Sjedinjenim Američkim Državama<sup>38</sup>, kao i u drugim zemljama sveta.

Što se tiče Srbije, kod nas društvene mreže još uvek nisu dosegle taj nivo da budu od vitalnog značaja za politiku, ali se ne može poreći činjenica da su u odnosu na parlamentarne izbore iz 2012. godine, društvene mreže odigrale značajnu ulogu za postizanje izbornih rezultata određenih političkih grupacija na parlamentarnim izborima 2014. godine. Prvi profili srpskih političkih partija<sup>39</sup> na Fejsbuku otvaraju se 2009. godine, a već iduće kreće veći talas izlaska partija na ovu društvenu mrežu. Nešto skorije, Tviter postaje mesto koje u klasičnim medijima poput novina i televizije dobija status ispovedaonice poznatih ličnosti. Sve češća su praćenja dešavanja putem ove društvene mreže, kao i obaveštavanja o najvažnijim događajima. Na žalost ili na sreću, ni srpskim medijima nije strano da pišu čitave vesti na osnovu ponekog tvita poznate ličnosti.

Građa za istraživački rad prikupljena je na dva načina. Prvi i najvažniji predstavljaju upitnici koje smo namenili političkim partijama, odnosno njihovim predstavnicima. Odgovore smo dobili od predstavnika Pokreta Dveri, Demokratske stranke, Srpskog pokreta obnove, Lige socijaldemokrata Vojvodine, Nove stranke, Partije ujedinjenih penzionera Srbije, Socijaldemokratske partije Srbije, Nove demokratske stranke, Udruženja „Dosta je bilo – Restart“ i Socijalističke partije Srbije. Predstavnici Srpske napredne stranke, Pokreta socijalista, Nove Srbije, Jedinstvene Srbije, Saveza vojvođanskih Mađara, Stranke demokratske akcije Sandžaka, Zelenih Srbije i Partije za demokratsko delovanje nam nisu izašli u susret i nisu odgovorili na pitanja. Drugi način prikupljanja podataka sastojao se iz istraživanja na društvenim mrežama i sajtovima političkih partija, putem kojih smo dobili direktan uvid u kvalitet i kvantitet aktivnosti političkih partija.

<sup>35</sup> <http://www.theguardian.com/news/datablog/2014/feb/04/facebook-in-numbers-statistics>

<sup>36</sup> <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics/>

<sup>37</sup> <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/711/Merila+vremena/1009188/The+Economist%3A+Arapsko+prole%C4%87e+ili+zima.html>

<sup>38</sup> [http://www.huffingtonpost.com/david-k-rehr/social-medias-impact-on-t\\_b\\_2504414.html](http://www.huffingtonpost.com/david-k-rehr/social-medias-impact-on-t_b_2504414.html)

<sup>39</sup> Kada govorimo o političkim partijama, pod tim pojmom podrazumevamo i udruženja građana, odnosno pokrete koji su uzeli učešće u parlamentarnim izborima.

## Pokret Dveri (Dveri)

Dveri su u kampanji za parlamentarne izbore 2014. godine najčešće koristile društvene mreže, standove i tribine.

Pokret Dveri ima profile na društvenim mrežama Fejsbuk, Tviter, VKontakte, Jutjub i Gugl Plus. Sudeći po aktivnostima na društvenim mrežama, Dveri su partija broj jedan u Srbiji po stepenu korišćenja istih.

Kada je u pitanju Fejsbuk, zvaničnu stranicu su otvorili 14. decembra 2011. godine i do aprila 2014. godine uspeali su da prikupe 42.469 sviđanja (*lajkova*). Na Tviteru imaju 3.509, Gugl Plusu 168, a na VKontaktu 99 pratilaca. Među svim partijama koje smo dotakli ovim istraživanjem, Dveri drže rekord po broju pregleda svog Jutjub kanala. Iako su ga otvorili još 17. februara 2008. godine, oni su svojom aktivnošću uspeali da sakupe 8.075 pratilaca i zapanjujućih 4.915.138 pregleda.

Dveri kažu da su koristili opciju plaćanja dodatne promocije na društvenim mrežama, što uključuje i izbore održane 2014. godine. Plaćali su i druge kako bi promovisali Pokret Dveri na društvenim mrežama, i to profesionalce, a plaćanja su vršena preko partije.

Na pitanje koliko je novca potrošeno na internet kampanju dali su odgovor da „nisu mnogo“, da bi na pitanje koji procenat novca namenjenog za kampanju je utrošen na internet rekli da nije više od 10 odsto. Dodali su da se internet kampanja ne može definisati novcem, jer imaju svoju strukturu koja veliki deo posla obavlja bez nadoknade, kao i da su potrošili 30.000 evra na celu kampanju. Dakle, prostom matematikom možemo da dođemo do zaključka da su Dveri na internet kampanju potrošile do 3.000 evra.

Imaju usvojenu strategiju za promociju na društvenim mrežama, ali ona nije dostupna javnosti. Rukovodstvo medijske službe Dveri, koje broji pet osoba, vodi računa o promociji pokreta na društvenim mrežama.

Učestalost i kvalitet komunikacije sa biračima na Fejsbuku i Jutjubu ocenjuju najvišom ocenom (peticom), dok na Tviteru, Vkontaktu i Gugl Plusu ocena iznosi tri.

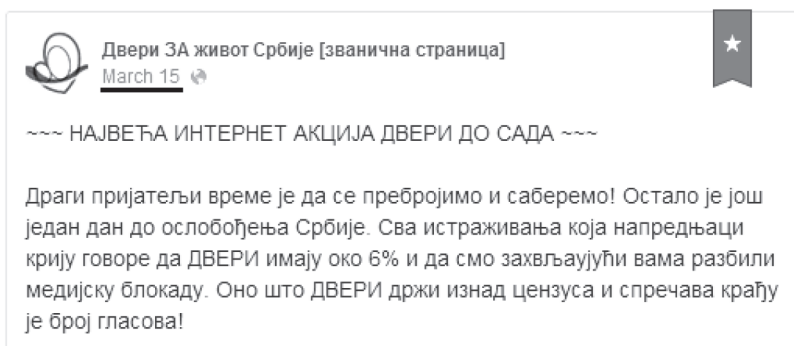
Dveri smatraju da promocija na društvenim mrežama utiče sigurno 50 odsto na rejting i izborni rezultat pokreta. Pretpostavljaju da je to bio slučaj i sa izborima 2014. godine, jer su „društvene mreže jedini slobodni komunikacioni kanali koje Dveri imaju, pošto su svi ostali zabranjeni“.

Kako kažu, od 8 odsto do 10 odsto birača u Srbiji se informiše preko interneta, što znači da društvene mreže još uvek nemaju presudan značaj, ali se taj broj ipak vremenom povećava. To zaključuju na osnovu porasta broja lajkova na svojoj Fejsbuk stranici, kojih je bilo oko 13.000 (2012), a oko 50.000 (2014). To se može objasniti i demografski, jer oni koji su 2012. godine imali 16 godina, danas imaju 18 i imaju pravo glasa, što znači da se povećava broj korisnika interneta.

Vreme internet kampanje tek dolazi, ali veruju da kad ono dođe da će tada internet biti ograničen, tj. da će doći do cenzure u smislu slabog protoka, DOS napada, gašenja profila i slično.

U toku predizborne tišine bili su aktivni na društvenim mrežama i smatraju da predizborna tišina suštinski nema smisla.

Slika 1: Dveri tokom predizborne tišine



### Demokratska stranka (DS)

Demokratska stranka ima profile na Fejsbuku, Tviteru, Jutjubu, Flikru, Storifaju i Slajdšeru. Svoju stranicu na Fejsbuku, DS je napravio 26. avgusta 2009. godine, a do aprila 2014. je sakupio 41.486 lajkova. Na Tviteru ima 13.790 pratilaca, dok taj broj na Gugl Plusu iznosi 38. Osim Pokreta Dveri i Srpske napredne stranke, Demokratska stranka je jedina partija u našem istraživanju čiji je broj pregleda na Jutjubu prešao milion. Jutjub kanal DS-a napravljen je 1. septembra 2007. godine i ima 1.801.830 pregleda. Što se tiče društvenih mreža koje je Demokratska stranka napomenula da ima, najbolje stoje na Flikru koji su napravili još u oktobru 2009. godine. S druge strane na Slajdšeru imaju šest pratilaca, a na Storifaju samo tri.

U predizornoj kampanji akcenat je stavljen na internet (društvene mreže) i na susrete sa građanima.

Demokratska stranka je ranije, pa tako i u ovoj kampanji, plaćala dodatnu promociju na društvenim mrežama i ta plaćanja obavljala preko partije. Pojedinci nisu plaćani kako bi promovisali partiju, već su članovi i članice to činili *pro bono*.

Demokratska stranka se nije izjasnila koliko je novca, niti koliko je procenata novca utrošenog na kampanju, odvojeno za društvene mreže.

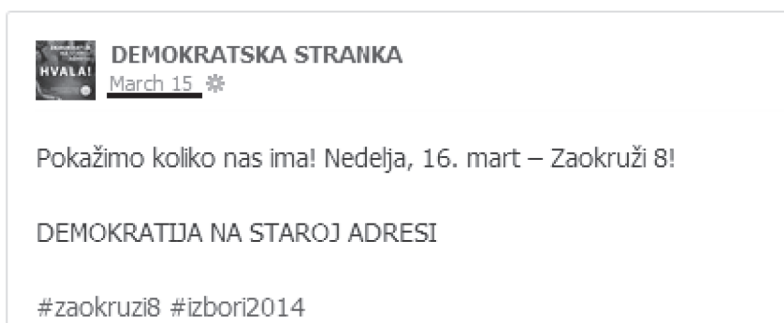
Usvajena strategija za promociju na društvenim mrežama postoji, ali ona nije dostupna javnosti. O promociji Demokratske stranke na društvenim mrežama vode računa centrala Demokratske stranke, gradski i opštinski odbori, demokratska omladina, aktivisti, članovi i funkcioneri Demokratske stranke. U brojkama, to iznosi tri člana internet (web) redakcije, 30 regionalnih koordinatora, 150 gradskih i opštinskih koordinatora i hiljade aktivista, članova i funkcionera.

Komunikaciju sa građanima na društvenim mrežama, Demokratska stranka ocenjuje sa peticom za Fejsbuk i Tviter, a sa četvorkom za Jutjub i ostale društvene mreže.

Prema njihovoj tvrdnji za izborne rezultate presudna je komunikacija sa građanima, ali i aktivnost na internetu utiče u značajnoj meri. To nije bio slučaj sa ovim izborima, koji su bili specifični i na koje su uticali drugi faktori.

Demokratska stranka je bila aktivna na društvenim mrežama i tokom predizborne tišine.

Slika 2: Demokratska stranka tokom predizborne tišine



### Srpski pokret obnove (SPO)

Srpski pokret obnove je u kampanji koristio najčešće call centar ili takozvani telemarketing.

SPO ima profile na društvenim mrežama Fejsbuk, Tviter i Jutjub (koji im više služi kao portal za snimke, nego za komentarisanje). Stranicu na Fejsbuku, Srpski pokret obnove je napravio 18. marta 2012. godine i do aprila 2014. je sakupio 9.751 lajk. Na Tviteru SPO ima 397 pratilaca. Što se tiče Jutjuba, profil je napravljen 10. marta 2009. godine i ima ukupno 80.651 pregled uz 61 pratioca.

Opcija plaćanja dodatne promocije na društvenim mrežama nije korišćena direktno, već su to činili moderatori stranica ili profila kroz sopstvene donacije. Kažu da se na taj način za malo novca (poput 10, 20 evra) dobija puno.

Tokom predizborne kampanje 2014. održali su isti nivo aktivnosti na društvenim mrežama kao i do tada. SPO nije plaćao druge kako bi se promovisao na društvenim mrežama, već su članovi i članice to radili *pro bono* – dobra volja i slobodno vreme.

SPO nema uvid u to koliko je novca utrošeno na internet kampanju, budući da ona nije bila centralizovana i da su iznosi „veoma sitni“.

Ne postoji strateški dokument za promociju na društvenim mrežama, ali postoji operativna struktura bez papira. O promociji SPO-a na društvenim mrežama vode računa partija, odbori i omladina. Centrala odlučuje o najvažnijim temama, odbori imaju svoje profile i prate centralu dodajući lokalne teme, dok omladina takođe ima svoje profile i teme. Svi rade u koordinaciji, ali autonomno. O promociji SPO-a vodi računa 30 ljudi, na čelu sa rukovodiocem koji je član Izvršnog odbora i odgovoran pred Izvršnim odborom, a telo se zove PIO ili Promotivno-izvršni odbor.

Učestalost i kvalitet komunikacije sa biračima na društvenim mrežama ocenjuju sledećim ocenama: za Fejsbuk daju peticu, jer su tamo najduže i jer je Fejsbuk po njima najbolji. Kao argument su naveli akciju davanja intervjua funkcionera partije putem Fejsbuka, gde su im postavljana pitanja, a onda su kamerom snimili odgovore na njih, s tim što toga nije

bilo u kampanji. Što se tiče Tvitera i Jutjuba tu daju trojku, pre svega jer je slabija komunikacija, a i zato što je na primer lični profil Vuka Draškovića popularniji od profila partije, iako retko kad postuje nešto (jednom u mesec dana). S druge strane, Jutjub služi više kao platforma za snimke.

SPO smatra da promocija na društvenim mrežama sve više utiče na rejting i izborni rezultat. Iako nema egzaktnih pokazatelja uticaja mreža, članovi Srpskog pokreta obnove su vrlo aktivni i prisutni na njima, jer prepoznaju njihovu važnost. Smatraju da imaju skroman kapacitet partije i da na internetu mogu da ga prevaziđu, tj. da može da se dostigne više od televizijskih emisija koje postoje, a koje koštaju oko 500 do 1.000 evra. Tokom predizborne tišine, kao i tokom cele kampanje, bili su aktivni na društvenim mrežama isto kao i pre. Izborna tišina nema smisla, jer ne postoji način kontrole interneta, niti se za to vreme skidaju bilbordi. U tom kontekstu smatraju da je primer SAD-a odličan.

Slika 3: Srpski pokret obnove tokom predizborne tišine



### Liga socijaldemokrata Vojvodine (LSV)

Liga socijaldemokrata Vojvodine se tokom predizborne kampanje jednako oslanjala na društvene mreže, koliko i na kampanju od vrata do vrata, štandove, bilborde i ostala sredstva autdora oglašavanja (OOH), i na ulične akcije.

LSV ima otvorene profile na Fejbuku, Tviteru, Jutjuba i Flikru. Fejsbuk stranicu otvorio je 17. februara 2010. godine i do aprila 2014. je sakupljen 6.081 lajk. Broj pratilaca na Tviteru je 1.988, a na Gugl Plusu (koji su izostavili da spomenu u intervjuu) je 20. Jutjub kanal su otvorili 25. februara 2009. godine, a danas ima 247 pratilaca i 791.583 pregleda.

Nikada nije plaćana dodatna promocija na društvenim mrežama, pa tako ni za martovske izbore, već su članovi i članice bili aktivni *pro bono*. Samim tim, izdaci za internet kampanju Lige socijaldemokrata Vojvodine ravni su nuli.

LSV nema usvojenu strategiju za promociju na društvenim mrežama.

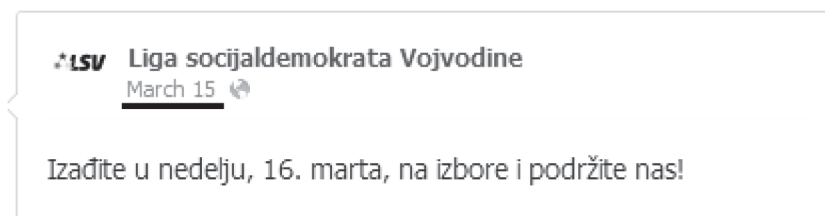
O profilima Lige socijaldemokrata Vojvodine vode računa svi nivoi partije: od centrale, preko gradskih i opštinskih odbora, do omladine. U rad su po potrebi uključeni i drugi. Ovaj „tim“ čini desetak ljudi.

Kvalitet komunikacije sa građanima na Fejsbuku ocenjuju četvorkom, na Tviteru sa trojkom, a na Jutjubu peticom.

Prema njihovoj tvrdnji, društvene mreže su sve popularnije, pa i njihov uticaj raste, i evidentno se vidi pomak u tom smeru u odnosu na 2012. godinu.

Liga socijaldemokrata Vojvodine je bila aktivna na društvenim mrežama tokom predizborne tišine.

*Slika 4: Liga socijaldemokrata Vojvodine tokom predizborne tišine*



### **Nova stranka (NOVA)**

Nova stranka se tokom predizborne kampanje oslonila na internet (društvene mreže), štandove i flajere.

Nova stranka ima svoj profil na Fejsbuku, kao i još 50 stranica opštinskih i gradskih odbora, i povereništava širom Srbije. Otvoren je nalog i na Tviteru, a osim njega svoj nalog ima još desetak opštinskih i gradskih odbora i nekolicina funkcionera. Nova stranka ima nalog i na Jutjubu.

Statistički gledano, od 13. februara 2012. kada je otvoren profil na Fejsbuku, Nova stranka je sakupila 4.024 lajkova. Na Tviteru ima 2.496 pratilaca zvanične stranice partije, a na Jutjubu otvorenom 22. juna 2013. godine ima 86 pratilaca, uz 32.224 pregleda. Osim toga, Nova stranka ima i Gugl Plus nalog koji ima samo tri pratioca.

Pojedinci nisu unajmljivani kako bi promovisali Novu stranku, već su članovi i članice to činili bez naknade. Nova stranka je u prošlosti, pa tako i u ovoj kampanji, plaćala dodatnu promociju na društvenim mrežama. U tu svrhu je utrošeno oko 200 evra. Ne može se lako utvrditi koji je to procenat novca utrošenog za kampanju, jer su troškovi bili podeljeni unutar predizborne koalicije. Demokratska stranka je, kao najveća na listi, snosila troškove kampanje. Nova stranka je snosila samo troškove kampanje na društvenim mrežama i štampanje stranačkih flajera.

Usvojena strategija za promociju na društvenim mrežama postoji, ali ona nije dostupna široj javnosti.

O promociji Nove stranke na društvenim mrežama brinu se centrala, gradski i opštinski odbori. Dve osobe su zadužene za uređivanje zvaničnih stranica na Fejsbuku i Tviteru. Pedeset ljudi održava stranice opštinskih i gradskih odbora, što znači da svaki odbor ima po jednog administratora. Jedna osoba se brine o Jutjubu.

Učestalost i kvalitet komunikacije sa biračima na Fejbuku ocenjuju trojkom, a dvojku daju komunikaciji na Tviteru i Jutjubu.

Nova stranka društvene mreže vidi kao pomoćno sredstvo kampanje jer je najdominantnije sredstvo svakako televizija. Društvene mreže još uvek nemaju toliko uticaja da bitnije utiču na rejting i izborni rezultat.

Nova stranka je u upitniku navela da nije bila aktivna na društvenim mrežama tokom predizborne tišine. Uvidom u Fejsbuk profil partije, ipak smo naišli na objave koje datiraju od 15. marta 2014. godine kada je predizborna tišina bila u toku.

*Slika 5: Nova stranka tokom predizborne tišine*



### **Partija ujedinjenih penzionera Srbije (PUPS)**

Partija ujedinjenih penzionera Srbije se u kampanji posvetila organizovanju tribina, skupova i centralnih konvencija.

Prema njihovim rečima, PUPS nema profile na društvenim mrežama, već samo sajt. Međutim, najobičnijom pretragom po internetu uspeli smo da nađemo Jutjub kanal koji se vodi kao zvaničan, a otvoren je 15. maja 2011. godine, ima pet pratilaca i 10.323 pregleda.

Nije korišćena opcija dodatne promocije sajta na društvenim mrežama, niti je bilo ko imao zadatak da promoviše partiju na društvenim mrežama.

Partija ujedinjenih penzionera Srbije, nema usvojenu strategiju za promociju na društvenim mrežama, jer njihovo članstvo i ciljnu grupu čine uglavnom stariji ljudi koji u većini slučajeva ne koriste internet. U okviru članstva imaju i dosta mladih, ali ideja upotrebe interneta još uvek nije zaživela.

S obzirom na činjenicu da PUPS nema profile na društvenim mrežama, nije mogao ni da bude aktivan tokom predizborne tišine. No, čini im se da preizborna tišina više nema toliko smisla kao pre, što se vidi i u drugim državama, gde je kraća (jedan dan) ili je čak ni nema. Republička radiodifuzna agencija ne može da kontroliše mreže, pa se predizborna tišina krši, što govori da treba nešto menjati, jer nastaviti po starom nema smisla. S druge strane, mali procenat stanovništva Srbije koristi računare, a oni koji su najviše na



internetu – mladi – slabo izlaze na izbore, pa je pitanje kolika je zapravo šteta naneta aktivnošću na internetu. Dakle, to je veoma kompleksno pitanje o kom treba dobro razmisliti.

Ipak, čini se da PUPS uviđa rastuću ulogu interneta, pošto u budućnosti planira da se aktivira na društvenim mrežama.

### **Socijaldemokratska partija Srbije (SDPS)**

Socijaldemokratska partija Srbije je u kampanji za parlamentarne izbore najčešće koristila štandove i internet, tj. društvene mreže.

SDPS ima profile na Tviteru i Fejsbuku, a Jutjuba su se setili tek kada smo ga spomenuli. Fejsbuk nalog je otvoren 16. maja 2010. godine i do aprila 2014. je sakupljeno 5.259 lajkova. Tviter ima 2.349 pratilaca, a na Jutjubu, otvorenom 13. maja 2010. godine imaju 43 pratilaca uz 41.449 pregleda.

Koristili su opciju plaćanja dodatne promocije na društvenim mrežama, kako ranije, tako i tokom predizborne kampanje 2014. godine. Nikoga nisu plaćali da promoviše partiju na društvenim mrežama, već su to radili članovi i članice *pro bono*. Na internet kampanju je utrošeno oko 1.000 evra, a osoba sa kojom smo razgovarali nije znala koliki je to procenat novca namenjenog za čitavu kampanju.

Usvojena strategija za promociju na društvenim mrežama postoji, ali ona nije dostupna javnosti. Socijaldemokratska partija Srbije vodi računa o svojoj promociji na društvenim mrežama samostalno, a gradski i opštinski odbori vode svoje profile. Jedan čovek vodi računa o promociji SDPS-a na društvenim mrežama.

Učestalost i kvalitet komunikacije sa biračima na društvenim mrežama Fejsbuk i Tviter ocenjuju peticom, dok za Jutjub daju trojku.

SDPS smatra da promocija na društvenim mrežama ne utiče mnogo na rejting i izborni rezultat partije i da je u Srbiji teren i dalje „zakon“. Doprinos promocije postoji, ali on ni blizu kao što je u Sjedinjenim Američkim Državama. Isti je slučaj i sa izborima 2014, s tim što se sve više i više posvećuje pažnja društvenim mrežama.

Kažu da u predizbornoj tišini nisu bili aktivni na društvenim mrežama. Istraživanjem na društvenim mrežama utvrdili smo da SDPS zaista nije bio aktivan na svojim zvaničnim stranicama tokom predizborne tišine.

### **Nova demokratska stranka (NDS)**

Nova demokratska stranka je glavni akcenat stavila na internet, odnosno na društvene mreže i blogove. Koristili su i štandove, jer su najbolje sredstvo za komunikaciju sa građanima, kao i bilborde i ostala sredstva autdor oglašavanja.

NDS ima profile na Fejsbuku, Tviteru i Jutjubu. Običnim pregledom utvrđeno je da imaju i Gugl Plus profil. Što se Fejsbuka tiče, broj lajkova zvanične stranice Nove demokratske stranke otvorene 31. januara 2014. godine, do aprila iste godine iznosio je 28.013. Na Tviteru imaju 982 pratioca, a na Jutjub kanalu 186, uz 63.155 pregleda. Broj pratilaca na Gugl Plusu je devet.

Osoba sa kojom smo razgovarali nije posedovala nikakve informacije o finansijama utrošenim na kampanju na internetu, pa tako nismo dobili čak ni informaciju da li su takva plaćanja postojala.

Usvojena strategija za promociju na društvenim mrežama postoji, ali ona nije dostupna široj javnosti. O promociji Nove demokratske stranke na društvenim mrežama najviše računa vodi centrala. Postoje i poverenici, koji sa nekoliko svojih ljudi, vode računa o lokalnim profilima. Medija centar, telo koje donosi odluke, čini tim od najviše pet ljudi.

Medija centar prikuplja informacije, jedna osoba koordinira i onda to ide dalje, grana se, sve do samih aktivista koji vode računa o komunikaciji i materijalu. Nova demokratska stranka se trudi da za ove poslove angažuju ljude sa bogatim iskustvom na internetu.

Komunikaciju sa biračima na Tviteru i Fejbuku ocenjuju peticom, dok smatraju da Jutjub ne podleže ovakvom ocenjivanju, jer je takav medij. Jutjub služi za kačenje snimaka, a onda se oni distribuiraju preko drugih mreža. Kod Jutjuba nema komunikacije, nema povratne sprege.

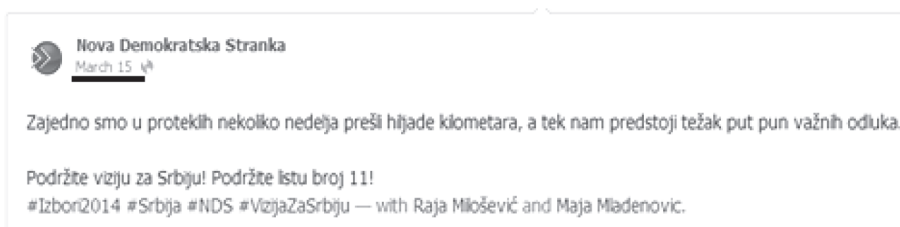
Promocija na društvenim mrežama ima velik uticaj na izborne rezultate i rejting stranaka. Ova godina je reper, jer je većina stranaka stavila najveći akcenat na internet. Nova demokratska stranka je zadovoljna postignutim, jer je ovakva promocija, pre svega, ekološka (spašena je šuma) i grad nije naružen kao što je to slučaj sa plakatima. Plakati su loši i zbog toga što, bez obzira koliko ih ima, nema povratne informacije. To nije slučaj sa internetom. Internet je nov medij koji omogućava komunikaciju sa biračima, a čak ni televizija (sem programa koji idu uživo i uključena) nema takvu mogućnost komunikacije kao internet. U narednim godinama, „glavno bojno polje“ će biti na internetu.

Iako na pitanje da li je Nova demokratska stranka bila aktivna na društvenim mrežama tokom predizborne tišine nismo dobili direktan odgovor, možemo da zaključimo da je to bio slučaj iz opisa njihovih aktivnosti tokom predizborne tišine: „NDS je podsećao ljude, pre svega, da izađu na glasanje i ispune svoju građansku dužnost, a zatim i koji je redni broj. Smatramo da smo imali moralnu obavezu da u predizbornoj tišini ne potenciramo svoje neslaganje sa oponentima, već samo da širimo informacije, što je izrazito benigno.“

No, svrha predizborne tišine i dalje postoji, jer je njena suština da spreči promociju stranaka u medijima, u šta internet nije uključen. Naravno, ukoliko se i ova oblast uredi zakonski, niko više to neće raditi.

Uvidom u Fejsbuk profil partije pronašli smo objave koje datiraju od 15. marta 2014. godine, kada je predizborna tišina bila u toku, što dokazuje da su bili aktivni.

Slika 6: *Nova demokratska stranka tokom predizborne tišine*



### **Dosta je bilo – Saša Radulović (Restart)**

Udruženje „Dosta je bilo – restart“ je u kampanji najviše koristilo internet, kao i „word of mouth“. Udruženje ima zvanične profile na Fejsbuku, Tviteru, Jutjubu i Gugl plusu, dok Saša Radulović ima svoje lične profile na Fejbuku, Tviteru, Jutjubu, Gugl plusu i LinkedInu.

Svoju zvaničnu stranicu na Fejsbuku, gospodin Radulović je otvorio 9. aprila 2011. godine, dok je udruženje to učinilo 8. decembra 2013. godine. Lična stranica je do aprila 2014. sakupila 6.452 lajka, dok je stranica „Dosta je bilo“ sakupila 30.067 lajkova. Interesantno je da su na društvenoj mreži Tviter stvari obrnute, tj. da profil gospodina Radulovića ima 10.219 pratilaca, a udruženja 3.486, tj. da je u ovom slučaju lični profil „jači“ od partijskog. Na Jutjubu kanal udruženja ima 750 pratilaca i 159.431 pregled, uz napomenu da nije moguće videti datum otvaranja kanala. Na Gugl Plusu, „Dosta je bilo“ ima 170 pratilaca.

Udruženje je koristilo opciju plaćanja dodatne promocije na društvenim mrežama, ali su plaćanja vršili pojedinci. U te svrhe utrošeno je 600 evra, što je 0,7 odsto novca namenjenog za kampanju. Pojedinci nisu unajmljivani u svrhu promocije udruženja, već su aktivisti to činili bez naknade.

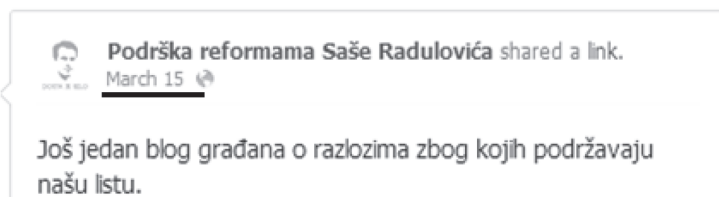
Udruženje „Dosta je bilo – Restart“ nema usvojenu strategiju za promociju na društvenim mrežama, jer su društvene mreže samo alat u sprovođenju strategije kampanje, te ne postoji posebna strategija za promociju na društvenim mrežama. Strategija kampanje, naravno, nije dostupna javnosti. O promociji udruženja na društvenim mrežama brine se dvoje ljudi.

Učestalost i kvalitet komunikacije sa građanima na Fejsbuku ocenjuju trojkom, na Tviteru četvorkom, a na Jutjubu dvojkom.

Imajući u vidu da je udruženje „Dosta je bilo - Restart“ osnovano krajem januara i da je izborni štab konstituisan 8. februara, bez ikakve stranačke infrastrukture i finansija, sa veoma ograničenim pristupom medijima, rezultat od 2,1 odsto se zasniva u najvećoj meri na onlajn kampanji.

Udruženje „Dosta je bilo - Restart“ je bilo aktivno na društvenim mrežama i u toku predizborne tišine.

Slika 7: „Dosta je bilo“ tokom predizborne tišine



### Socijalistička partija Srbije (SPS)

Socijalistička partija Srbije je koristila većinu kanala u kampanji za parlamentarne izbore: internet, kampanju od vrata do vrata, štandove, bilborde i ostala sredstva audior oglašavanja. Posebno im je važno to što u Beogradu nisu koristili plakate.

Ima otvorene naloge na Fejsbuku, Tviteru, Jutjubu, Instagramu i Gugl plusu. Fejsbuk nalog otvoren je 8. septembra 2010. godine i do aprila 2014. sakupljeno je 29.358 lajkova. Na Tviteru SPS ima 5.768 pratilaca. Jutjub kanal otvoren je 27. decembra 2009. godine, ima 189 pratilaca i 801.111 pregleda.

SPS je koristio opciju dodatnog plaćanja promocije na društvenim mrežama i za izbore 2014. godine. Kažu da su u te svrhe utrošili „*minimalnu*“ količinu novca, a odgovor na pitanje kako su ta plaćanja vršena nismo dobili. Ipak, niko nije imao zadatak da promoviše SPS na društvenim mrežama.

Socijalistička partija Srbije nema usvojenu strategiju za promociju na društvenim mrežama.

O promociji SPS-a na društvenim mrežama brigu vode centrala, gradski i opštinski odbori, odnosno 10 ljudi na centralnom nivou.

Komunikaciju sa biračima na Fejsbuku i Tviteru ocenjuju trojkom, a dvojkom su ocenili komunikaciju na Jutjubu.

SPS nije želeo da iznese svoje stavove o uticaju društvenih mreža na rejting i izborni rezultat SPS-a, niti uopšteno gledajući, niti posmatrajući samo izbore 2014. godine.

Socijalistička partija Srbije nije bila aktivna na društvenim mrežama tokom predizborne tišine, a naše istraživanje je i potvrdilo da nije bilo objava na zvaničnim stranicama SPS-a.

### Srpska napredna stranka (SNS)

Ni nakon više pokušaja kontaktiranja Srpske napredne stranke (mejlom, telefonom, odlazak u centralu), nismo dobili odgovore na upitnik. Rečeno nam je da je upitnik prosleđen nadležnim službama, koje jedine imaju pravo da odgovore na njega, ali do tih službi nismo uspeli da dođemo.

Pretragom na internetu se može videti da SNS ima profile na društvenim mrežama Fejsbuk, Twitter i Jutjub. Profil na Fejsbuku otvoren je 28. februara 2011. godine i do aprila 2014. godine imao je 103.184 lajkova, što je najveći broj od svih istraživanih partija. Na

Tviteru SNS ima 11.771 pratioca. Jutjub kanal SNS-a otvoren je 29. marta 2012. godine, ima 885 prijavljenih gledalaca i 1.133.601 pregled.

Istraživanjem na društvenim mrežama utvrdili smo da je Srpska napredna stranka bila aktivna tokom predizborne tišine.

Slika 8: Srpska napredna stranka tokom predizborne tišine



Budući da smo pratili profile svih partija tokom kampanje, za potrebe ovog rada, ustanovili smo u maju 2014. godine da je Srpska napredna stranka sa svoje zvanične Fejsbuk stranice uklonila postove o svojim aktivnostima tokom trajanja predizborne tišine (14. i 15. mart).

### Rezultati izbora za poslanike Narodne skupštine Republike Srbije

U Republici Srbiji pravo glasa imalo je ukupno 6.765.998 birača upisanih u birački spisak, od čega je 3.592.375 izašlo na izbore 16. marta 2014. godine i glasalo. Nevažećih listića je bilo ukupno 114.001, a važećih 3.476.716.

Tabela 11: Rezultati parlamentarnih izbora, mart 2014.

RB	Naziv izborne liste	Broj osvojenih glasova	Broj osvojenih mandata
1.	Aleksandar Vučić – Budućnost u koju verujemo (SNS, SDPS, NS, SPO, PS)	1.736.920	158
2.	Ivica Dačić (SPS, PUPS, JS)	484.607	44
3.	Sa demokratskom strankom za demokratsku Srbiju	216.634	19
4.	Boris Tadić (NDS, Zeleni, LSV, ZS, VMDK, ZV, DLR)	204.767	18
5.	Savez vojvođanskih Mađara – Ištvan Pastor	75.294	6
6.	SDA Sandžaka – dr Sulejman Ugljanin	35.157	3
7.	Partija za demokratsko delovanje – Riza Halimi	24.301	2
8.	Dveri – Boško Obradović	128.458	0
9.	Dosta je bilo – Saša Radulović	74.973	0

## Implikacije

Kako je prikazano u *Tabeli 11*, liste koje su svoje kampanje bazirale skoro isključivo na internetu, nisu uspele da pređu cenzus, što nas navodi na zaključak da aktivnost na društvenim mrežama nije dovoljna sama po sebi. Ali, da li to znači da možemo da ih zanemarimo? Pogledajmo primer u nastavku.

Lista „Dosta je bilo“ je uspela da, koristeći internet kao glavno sredstvo komunikacije sa biračima, osvoji 74.973 glasa. Ukoliko taj broj glasova koristimo kao najveći mogući broj glasova koji se može osvojiti putem interneta i oduzmemo ih listi „Boris Tadić“ zamišljajući da ona nije imala internet kampanju, dolazimo do dva zaključka:

1. lista „Boris Tadić“ verovatno ne bi prešla cenzus bez prednosti korišćenja interneta;
2. lista „Dosta je bilo“ bi verovatno prešla cenzus da je imala kapacitete prosečne partije u Srbiji za korišćenje i druge metode animiranja birača.

Treba uzeti u obzir i to da su cenzus prešle samo liste koje su bile sastavljene od više partija (ne računajući manjinske, koje imaju poseban prag), a da su liste „Dosta je bilo“ i Dveri bile samostalne. Moć društvenih mreža u užem i interneta u širem smislu, svakako je zadržavajuća, iako ove dve liste nisu dobile nijedan mandat u skupštini.

Kako su danima prenosili mediji u Srbiji, „Transparentnost Srbija“ je troškove oglašavanja partija pred vanredne parlamentarne izbore procenila na oko 13 miliona evra<sup>40</sup>. Ono što nas svakako očekuje jeste zvanični izveštaj Agencije za borbu protiv korupcije, na osnovu izveštaja koje partije, na osnovu zakonske obaveze, predaju Agenciji. U tim izveštajima će se naći sva plaćanja izvršena preko partijskih računa, pa i plaćanje dodatne promocije na društvenim mrežama. Naravno, kao što su neke partije navele, dešavalo se da ove troškove pokrivaju direktno pojedinci (aktivisti ili funkcioneri), pa će taj deo novca ostati van domašaja Agencije. Ako je već situacija takva da će partije jedan deo troškova morati da učine javnim u danima koji dolaze, a za drugi deo ih niko nikada neće dirati, jer nema dokaza, zašto je onda samo mali broj partija spreman da „oda“ podatke o svojim troškovima? Nama se čini da je u pitanju navika. Poslednje godine su donele velike promene u zakonskoj kontroli budžeta partija i činjenica je da se još uvek razmišlja na način „kako najefikasnije zaobići sistem i ne biti uhvaćen“, a dodatna promocija pruža upravo takvu priliku. S obzirom na to da je korišćenje interneta u kampanji relativno nova stvar u Srbiji i da je pitanje da li je do sada civilni sektor tražio informacije o njegovoj upotrebi, ali i popularnost „žute štampe“, naš je stav da partije jednostavno nisu bile spremne da se upuštaju u nove *pustolovine* ako nisu na to primorane.

No, uzimajući u obzir samo partije koje su trošile novac na reklamu na internetu i učinile podatke o tome dostupnim, vidimo da se cifra utrošenih sredstava kreće između 200 i 3.000 evra.

Fejsbuk za četiri evra garantuje od 71 do 282 lajka po danu. Broj osoba koje vide oglas svakako mora da bude veći, jer neće svako ko vidi post i da ga lajkuje, a korisnik usluge je u mogućnosti da prilagodi profil osoba koje će videti post u potpunosti svojim potrebama

<sup>40</sup> <http://www.tanjug.rs/novosti/122437/za-oglasavanje-u-kampanji-potroseno-13-miliona-evra.htm>

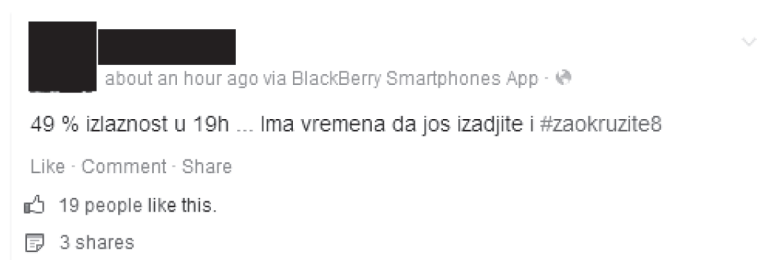
(pol, godine, mesto, interesovanja). No, to ipak znači da su ove partije mogle veoma lako da prenesu svoju poruku i dosegnu:

- od 3.550 do 14.100 ljudi (Nova stranka)
- od 10.650 do 42.300 ljudi („Dosta je bilo“)
- od 17.750 do 70.500 ljudi (Socijaldemokratska partija Srbije)
- od 53.250 do 211.500 ljudi (Pokret Dveri).

Naravno, Fejsbuk nije jedino mesto na kojem možete da utrošite novac, ali je svakako najpogodnije uzeti za primer. Ono što svakako treba imati u vidu jeste da se ova računica odnosi samo na plaćenu promociju, a da je svaka partija imala i sopstvenu strukturu, manju ili veću, koja je radila bez ikakve naknade, što ove brojke uvećava za barem duplo, ako ne i mnogo više. Zamislite samo o kom broju ljudi govorimo, kada ovom dodamo „anonimne donacije“ pojedinaca i više partija u koaliciji koje plaćaju promociju.

Internet je bio važan i na sam dan izbora. Liste i pojedinci su pozivali građane i građanke da izađu na izbore i odaberu baš njihovu opciju.

*Slika 9: Pozivanje na izbore (pojedinač)*



Tvitovi iz izbornih štabova postali su uobičajeni, a i internet izdanja dnevnih novina redovno su objavljivala vesti.

Slika 10: Izborni štab



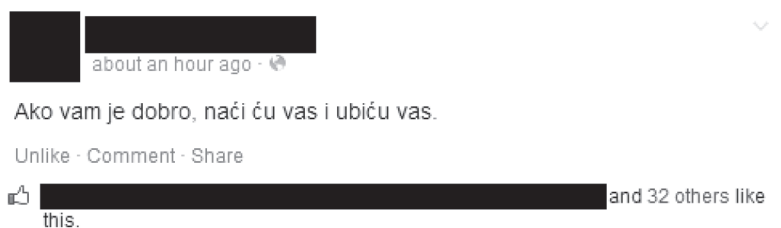
Društvene mreže su brže od televizije pronele vest o (navodnoj) kupovini glasova i neregularnostima na izborim mestima.

Slika 11: Neregularnosti



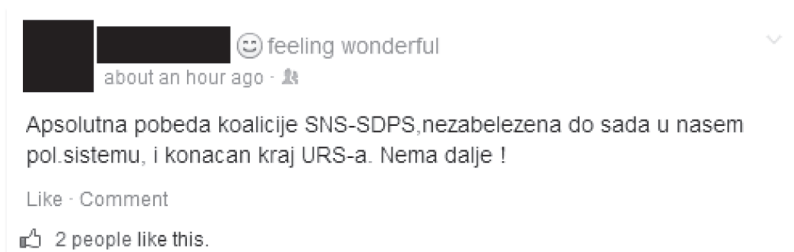
Prve „rezultate“ na osnovu 30 odsto prebrojanih glasova videli smo na internetu, ali i njihove prve „analize“ i reakcije na konačan skor.

Slika 12: Reakcija 1

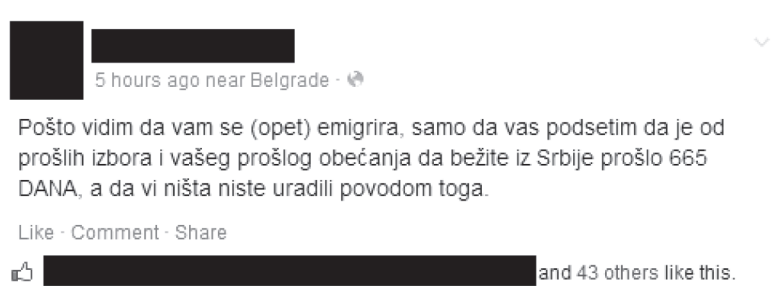




Slika 13: Reakcija 2



Slika 14: Reakcija 3



Takođe, zanimljivi su stavovi većine partija o Jutjubu i Gugl Plusu, koje možemo da vidimo kroz konkretnu izjavu, zaboravljanje da ih pomenu ili mali broj pratilaca. Gugl Plus, očigledno, nije zaživeo u Srbiji u dovoljnoj meri. No, s obzirom na aktivnost i uspeh Pokreta Dveri na Jutjubu, čini nam se da je ova društvena mreža nepravedno potcenjena.

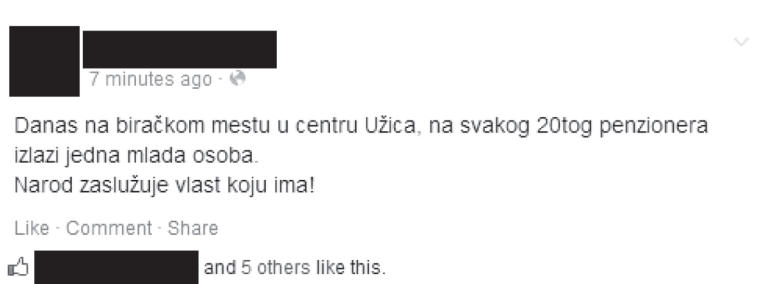
Pitanje predizborne tišine ostaje delimično neodgovoreno, kako zbog različite prakse u svetu, tako i zbog konfuzije na domaćem terenu. Sjedinjene američke države i Nemačka jesu primeri dobre prakse bez predizborne tišine, ali Francuska i Španija dobro poznaju ovaj institut. Ukoliko neku pojavu ne možete u potpunosti zakonski regulisati, vredi li onda činiti to polovično? Ako tokom tišine ne insistirate na skidanju svih billboarda, a način da kontrolišete internet definitivno nemate, da li je dovoljno „učutkati“ samo klasične medije? Naše je mišljenje da jeste. Činjenica je da još uvek veći broj ljudi u Srbiji gleda televiziju nego što vreme provodi na internetu i tako će ostati bar još neko vreme. Naravno, uvek ima prostora za napredovanje, čak i u formi nepisanog pravila, kao što je slučaj sa Kanadom.<sup>41</sup>

<sup>41</sup> <http://eizbori.com/izborna-tisina-u-srbiji-48h-kod-komsija-24h-u-sad-engleskoj-i-nemackoj-ne-postoji/>

Dakle, da li postoji uticaj društvenih mreža na rejting i izborne rezultate? Raste li? Razvija li se? Namera Partije ujedinjenih penzionera Srbije da se u bližoj budućnosti aktivira na internetu dokaz je da je odgovor na sva tri pitanja nedvosmisleno „da“. Tome treba dodati i to da su partije u izborima 2014. godine više koristile društvene mreže u odnosu na izbore 2012, a još više u odnosu na izbore 2008. godine.

Kada se pogleda statistika<sup>42</sup>, činjenica je da su starije generacije one koje u najvećem broju izlaze na izbore, ali ne koriste internet u tolikoj meri. S druge strane, mlađe generacije su one koje u najvećem broju koriste internet, ali često apstiniraju na izborima. Na osnovu toga, možemo zaključiti da internet kampanja još uvek nema presudan značaj po rejting i izborni rezultat partija, ali dan kada će internet biti od najvećeg značaja nije daleko, jer smo svedoci promena koje vode ka tome.

*Slika 15: Utisak sa biračkog mesta*



---

<sup>42</sup> <http://www.bbc.com/news/uk-politics-26044425>

## LITERATURA:

Rehr, David (2013): Social Media's Impact on the Presidential Election, Huffington Post  
<dostupno na: [http://www.huffingtonpost.com/david-k-rehr/social-medias-impact-on-t\\_b\\_2504414.html](http://www.huffingtonpost.com/david-k-rehr/social-medias-impact-on-t_b_2504414.html)

Sedghi, Ami (2014): Facebook: 10 years of social networking, The Guardian,  
<dostupno na: <http://www.theguardian.com/news/datablog/2014/feb/04/facebook-in-numbers-statistics>

Tanjug (2014): Za oglašavanje u kampanji potrošeno 13 miliona evra, Alo  
<dostupno na: <http://www.alo.rs/vesti/aktuelno/za-oglasavanje-u-kampanji-potrose-no-13-miliona-evra/49774>

The Economist (2011): Arapsko proleće ili zima, Radio-televizija Srbije  
<dostupno na: <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/711/Merila+vremena/1009188/The+Economist%3A+Arapsko+prole%C4%87e+ili+zima.html>

Izborna tišina u Srbiji 48h, kod komšija 24h, u SAD, Engleskoj i Nemačkoj ne postoji (2014), eIzbori  
<dostupno na: <http://eizbori.com/izborna-tisina-u-srbiji-48h-kod-komsija-24h-u-sad-engleskoj-i-nemackoj-ne-postoji/>

*Twitter Statistics*, Statistic Brain (2014)  
<dostupno na <http://www.statisticbrain.com/twitter-statistics>

Why don't more young people vote? (2014), BBC  
<dostupno na: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-26044425>



# PRILOZI

## POLITIČKO POVERENJE

Zoran Stojilković, Fakultet političkih nauka, Univerziteta u Beogradu

### Uvodna napomena

Za razmatranje političkog ponašanja i opredeljivanja građana metodski je jako važno polazno razlikovanje političke ideologije i političke kulture.

Ideologiju i kulturu, iako nisu strogo razdvojeni fenomeni i u sadržajnom pogledu u velikoj se meri 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 razumevanje političke zajednice od strane njenih članova (Vujčić, 2001).

Zapravo, političke elite i stranačke ideologije koje se „od gore“ nude i propagiraju potencijalnim biračima jedna su strana, a strukturisanje „od dole“ političko-ideoloških orijentacija građana pod uticajem njihovih socijalnih, ekonomskih, demografskih i kulturalnih karakteristika druga su strana – strukturiranja političko-ideološkog prostora.

Pri tome, osobenosti političkog kapitala - autoritarne tendencije, anomija i dimenzije političke alijenacije ili pak političke kompetencije i uključenosti građanki i građana, su one „posredujuće“ varijable za koje pretpostavljamo da barem jednim delom mogu objasniti povezanosti između socioekonomskog statusa i sociokulturnih identiteta sa određenim političko-ideološkim orijentacijama i stranačkim preferencijama.

Političku ideologiju u svedenom, operativnom smislu određujemo kao manje ili više koherentan i zaokružen skup ideja kojima se reinterpreтираju prethodno stanje i aktuelna stvarnost i određuje poželjni pravac promena (budućnost), kao i prepreke i otpori na tom putu. Programski, ideološki koncept istovremeno predstavlja osnov za političko takmičenje.

Politička kultura je pak široki „kišobran koncept“ koji, osim vrednosti sadrži i političke simbole, stilove i ponašanja. Uticaj (posredan) političke kulture na političke izbore i ponašanja može se detektovati na dve dominantne ravni analize:

1. različitih sadržaja i obrazaca, odnosno razmatranje (1) kulture sistema, (2) kulture procesa i (3) kulture vladanja, odnosno procenu rezultata i ishoda politike od strane građana i
2. tipova političke kulture, 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, (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 pojedinih područjima delovanja, (3) očekivanja od vlasti i (4) zadovoljstvo ukupnim životom, percepcija budućnosti ljudi u zemlji – optimizam ili pesimizam.

U istraživačkom, analitičkom smislu kulturu sistema ili odnos građana prema bazičnim sistemskim vrednostima treba vezati za studij političkih ideologija, pre svega analizu političkih podela i identiteta.

Na drugoj strani, analizu kulture procesa, kojom ćemo se i prevashodno baviti u ovom radu, odnosno učešća u politici i poverenja i očekivanja od vlasti, kao i podelu na parohijalnu, podaničku i participativnu kulturu uputno je koristiti u analizi raspoloživog političkog kapitala građanki i građana.

Kriterij njihovog razlikovanja zapravo čini različiti odnos prema ulaznim i izlaznim objektima sistema i prepoznavanje sebe kao subjekta/objekta političkog procesa. Tako, parohijalni stil i pristup 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, participativce, pre svega, odlikuju razvijene ulazne participativne funkcije i upućivanje zahteva institucijama sistema, odnosno široka i razvijena aktivnost – politički kapital građana.

### **Političko i ideološko pozicioniranje, poverenje i (protestni) aktivizam**

Jednu od ključnih polaznih pretpostavki CeSID-ovog istraživanja iz ranog proleća 2014. godine čini stav da su: (1) poverenje u političke i civilne institucije i aktere, (2) sposobnost političkog i ideološkog orijentisanja i opredeljenja i (3) civilni i politički aktivizam u osnažujućoj, direktno proporcionalnoj vezi. Ona je posebno izražena u svojoj negativnoj dimenziji - ako nema poverenja, kao ni sposobnosti samopozicioniranja na civilnom i političkom polju, po pravilu izostaje i angažman. U tom kontekstu, rast ili pad političke i ideološke identifikacije ima za posledicu, ali je istovremeno i izraz uvećanog ili smanjenog poverenja i aktivizma.

Prepozicioniranje na liniji levica-centar-desnica utiče pritom i na verovatnoću izbijanja određenog tipa konflikta i učešća građanki i građana u njima. Primera radi, hlađenje nacionalnih tenzija očekivano će izglednijim učiniti konflikte koji u osnovi imaju ekonomske interese i motive. Učešće u njima biće opet uslovljeno dubinom krize, ali i sposobnošću prepoznavanja suprotstavljenih interesa i aktera i poverenjem u svoje vođe i saigrače. Sama, pak ideološka orijentacija građana, kao i partija, sklona je simultanim promenama, koje su u znatnoj meri uslovljene izmenjenim društvenim i političkim kontekstom.

Tako je, recimo, sa uvođenjem višestranačja početkom devedesetih, zbog diskreditacije i pada komunističkih režima, udeo levičarski orijentisanih birača, koji je na početku bio prilično visok, značajno opao u bezmalo svim postkomunističkim zemljama Evrope. Post tranzicione traume za posledicu su imale, međutim, velike oscilacije u broju onih birača koji su u stanju da svoje političke preferencije uopšte postave na skali levo - desno. Pored ostalog i zato što su dominarale druge (nacionalne) ose podela koje su zamagljivale ovu dominantno socijalno-ekonomsku.

U Srbiji, posle demokratskih promena, 2002. godine, prema istraživanju CeSID-a, ova sposobnost je još uvek bila na niskom procentu od 43 odsto. Taj udeo je postupno rastao da bi se, prema istraživanjima CeSID-a u periodu 2004 - 2006. godine, stabilizovao na oko 60 odsto. Komparativno posmatrano, i dalje relativno niska sposobnost snalaženja na ideološkom spektru se poklapala sa i dalje intenzivnim izmenama na visoko haotičnoj političkoj sceni. Podaci dobijeni ovim istraživanjem (februar 2014.) pokazuju naoko paradoksalno ponovni izuzetno visok rast udela - čak na dve trećine (66,5 odsto), ispitanika koji nisu u stanju da se ideološki pozicioniraju ili o tome nemaju stav. Trećina koja se opredeljuje je gotovo ravnomerno raspoređena na centar (12 odsto), desnicu (11 odsto) i levicu (10 odsto).

Činjenica da se broj onih koji ne poseduju ideološki kompas sa produbljavanjem krize značajno uvećao, uz paralelni pad poverenja i aktivizma, je svakako zabrinjavajuća, sa stanovišta stabilizacije partijskog i političkog sistema i zahteva svoje objašnjenje.

Među „kontrolnim varijablama“ koje mogu doprineti razumevanju onoga što nam se dešava, očito da prvu grupu čine elementi procene efekata političke vladavine poput odgovora na pitanja zadovoljstva životom, ekonomskim stanjem u zemlji, finansijskim stanjem samih ispitanika, odnosno percepcijom pripadanja tranzicionim dobitnicima - gubitnicima. Ili, pak (ne)zadovoljstvo zdravljem demokratije i raširenošću korupcije.

Drugu grupu varijabli čine nivo prihvatanja demokratije i karakter socijalnih i političkih vrednosti koje su dominantne u društvu.

U ovom metodskom okviru, razloge pojavi istovremene niske političke identifikacije, poverenja i (autonomnog) aktivizma, osim „viška istorije“ i „uspešnog“ hoda iz krize u krizu, treba tražiti u činjenici da u državama poput Srbije sa neizgrađenim civilnim društvom - „asocijacionom pustom“ (Ofe) i slabim institucijama, elite deluju pod manjim ograničenjima i labavijim pravilima igre. „Krivac“ je, dalje, i snažno nasleđe političkog personalizma koji je vrlo prisutan u Srbiji, što dokazuje i rejting lidera koji premašuje stranački, u slučajevima Miloševića, Koštunice, Tadića i danas Aleksandra Vučića. Birači u Srbiji kao da su u permanentnoj potrazi za liderom u koga će učitati svoje poverenje i na koga će preneti odgovornost. To istovremeno stvara veliku izbornu volatilnost i nestabilnost partijskog sistema. Personalizacija politike je tako i proizvod i uzrok neinstitucionalizovanog partijskog sistema, u kojem imamo pretežno liderske stranke. Slaba socijalna ukorenjenost stranaka dovodi dalje do toga da se birači često okreću onome ko veštije upakuje izborna obećanja, sa osnovnom formulom „što više to bolje“.

Posledično, partije ne mogu da računaju na stabilnu podršku društvenih grupa, što onda dodatno poput začaranog kruga usporava programsko i socijalno profilisanje političkih stranaka i otežava njihovu institucionalizaciju. Ne čudi onda što se, pretežan, pre svega manje obrazovan, deo populacije ne snalazi na ideološkom spektru, što dodatno otežava

njegovu upotrebu u objašnjavanju političkog ponašanja i grupisanja partija. Posledica je površan i nekoherentan identitet političkih stranaka na partijskoj sceni Srbije. U većoj meri to važi za masovne stranke poput SNS i DS, dok manje stranke poput Dveri, radikala, LDP ili PUPS mogu sebi da priušte jasniji identitet, pri čemu je PUPS jedini relevantni primer interesno-grupne partijske reprezentacije. Posledica slabog ideološkog profila stranaka je i činjenica da su često razlike unutar partije jednake međustranačkim razlikama.

Najzad, šema levica-centar-desnica, koja služi pretežno razvrstavanju stavova na socioekonomskom spektru, očito je upotrebljivija u okolnostima kada ne postoje snažne druge linije rascepa koje je presecaju poput entičkih ili religioznih sukoba.

Možemo zaključiti, čak, da su sami rascepi, a ne partijski sistem zamrznuti, i da se politički preduzetnici menjaju na polovima rascepa. Organizacijski izraz ovog političkog i ideološkog meteža je, primera radi, formiranje i „evropeizacija“ SNS i njen rast izbornog uticaja na borbi protiv tajkuna i korumpiranih vladajućih elita.

U dominantnu i krizom rastuću ideološku kakofoniju tek nešto svetla može uneti, za one koji je imaju, partijska identifikacija kao ključni faktor određenja ( $C=0,59$ ). Na osnovu samoidentifikacije pristalica moglo bi se reći da je SPS na levlci, da su na poziciji levog centra i DS i NDS, ali i, neočekivano, LDP i URS. Na ključnoj poziciji centrodessnice je dominantni SNS, desno od centra je DSS, a na (krajnjoj) desnici SRS i Dveri.

U relativno slaboj meri ( $C=0,2 - 0,3$ ) na ideološko samopozicioniranje utiču i sklonost ka prihvatanju demokratije, modernizma i regionalizma koji povećavaju verovatnoću opredeljenja za levicu, pre svega levi centar, ali i tradicionalizam i nacionalizam koji pak uvećavaju izgleda za opredeljenje za desnicu. Interesantno je da su nacionalisti skloni i levlci - u slučaju našeg istraživanja pristalice SPS.

U pogledu visine primanja uočljiva je tendencija da se najbogatiji grupišu na poziciji centrodessnice. Obrazovanje ispitanika gotovo da ne utiče drugačije nego tako što visokoobrazovani jedini čine grupu koja je iznadpolovično u stanju da se politički i ideološki pozicionira.<sup>43</sup>

Ključno metodsko pitanje je, međutim, pitanje da li će i zašto krizom stvoreni ideološki i politički metež voditi smanjenom poverenju i rezultirajućoj nespremnosti da se učestvuje u civilnim i političkim akcijama i protestima? Naš polazni pozitivni stav u velikoj meri je potvrđen ovim istraživanjem.

Ostaje, međutim, otvoreno i pitanje šta osim političke i ideološke orijentacije utiče na poverenje i participaciju, kao i dilema u kakvom su odnosu samo poverenje i participacija.

---

<sup>43</sup> U CeSID-ovom istraživanju iz 2006. godine na opredeljenje za levicu, centar ili desnicu najviše, takođe je uticalo partijsko opredeljenje ( $C_k=0,42$ ). Najviše levlčara i najmanje desničara je bilo među pristalicama SPS-a (64:8). Na drugom polu su birači radikala sa polovinom desničara, ali i nezanemarljivom četvrtinom levlčara. U sredini su pristalice DS-a, sa nešto više levlčara (36:23) i dominacijom „centrista“ i pristalice DSS-a, kod kojih na četiri centriste i četiri desničara dođu i dva (umerena) levlčara. Globalno posmatrano, levlčari su najčešće bez čvrste stranačke identifikacije (35 odsto), zatim dolaze simpatizeri DS-a (22 odsto), a onda pristalice radikala (15 odsto) i socijalista (13 odsto). Sličnu strukturu, paradoksalnu sa stanovišta aktuelnih političkih podela, imala je i podrška desnici – najviše je stranački neopredeljenih (37 odsto), pa radikala (26 odsto), a odmah zatim pristalice DS-a (13 odsto) i DSS-a (11 odsto).



Kad je o poverenju reč, još su Almond i Verba u svojim studijama političke kulture došli do zaključka da je vertikalno političko poverenje odraz šire klime horizontalnog socijalnog poverenja koje postoji u društvu. Inglehart čak smatra da održivost masovne demokratije zahteva određene navike i stavove, pored ostalog i rašireni osećaj šireg interpersonalnog, odnosno socijalnog poverenja.

Naredno delikatno pitanje karaktera veze između poverenja, na jednoj, i aktivizma i (ne) formalnih veza pojedinaca, na drugoj strani, nailazi na različite odgovore. Prema jednim (Patnam, Burt, Lin), upravo su mreže povezanosti i participacija odlučujući faktor za formiranje kako generalizovanog socijalnog poverenja, tako i političkog poverenja. Drugi smatraju pak da ljudi koji poseduju socijalno poverenje češće participiraju u većom meri (Newton, Ulsaner). Čini se da je najbliži istini stav da se poverenje i participacija nalaze u osnažujućoj cirkularnoj vezi.

U traganju za odgovorima oslonili smo se naime na poređenje nalaza iz dva kruga, po korišćenim instrumentima i uzorku, uporedivih CeSID-ovih istraživanja koje smo komparirali i sa nalazima drugih srodnih istraživanja. Prva su iz predkriznih (2005- 2008.) godina koje još obeležava vlast stranaka naslednica DOS-a, a drugo je iz februara 2014. godine, dakle pred sam „izborni zemljotres“ koji će naprednjacima doneti gotovo polovinu glasova i komotnu većinu u parlamentu.

U istraživanju iz 2014. godine analizu smo nastojali da kritički produbimo ukrštanjem dobijenih nalaza sa čak deset varijabli: obrazovanjem, prihodima, partijskom i klasno (samo)identifikacijom, kao i složenim indeksima stavova prema demokratiji, regionalizmu, nacionalizmu, tradicionalizmu, verskoj toleranciji i konformizmu.

### **Poverenje u aktere i institucije**

Pozitivan odnos identifikacije, poverenja i (izborna ) podrška određenim akterima, jesu osnovna i dragocena moneta u politici, ali i u civilno-društvenim organizacijama. Ujedno, karakteristike političkog ponašanja - uspostavljeni odnosi civilnog i političkog dijaloga i poverenja ili indiferentnosti i čak aktivnog suprotstavljanja jedan su od osnovnih elemenata ukupne političke kulture društva.

Pritom, institucije su posebno na ispitu legitimnosti. Bitan element legitimnosti institucija jeste „**kultura poverenja**“ u njihovu svrsishodnost, način funkcionisanja i učinke. Poverenje se zato ne može svesti samo na psihološki odnos, ono je eminentno i politička, moralna čak i ekonomska kategorija. Kultura poverenja je neka vrsta društvenog resursa, ili kapitala koji koristimo u opkladama na neizvesne akcije drugih. Što je više poverenja, više smo spremni da se kladimo i veći rizik smo spremni da prihvatimo (Sztompka, 1997: 7-9). **Kulturu nepoverenja (ili kulturu cinizma)** karakteriše pak prožimajuća klima sumnje. Takva kultura ometa funkcionisanje društva na nekoliko načina. **Prvo**, takva kultura parališe ljudsko delovanje, podsticanjem rutiniranog i konformističkog ponašanja, ili čak pasivizma. **Drugo**, uništava socijalni kapital, što dovodi do izolacije, atomizacije, sloma udruženja i raspada međuljudskih mreža. **Treće**, podstiče razvoj defanzivnih stavova, neprijateljskih stereotipa, glasina i predrasuda, kao i ksenofobije. **Četvrto**, otuđuje i iskorenjuje (*uproots*), prekida vezu pojedinca sa korenima, sa zajednicom, sa svojim identitetom pojedinca i podstiče potragu za alternativnim, često ilegalnim identitetima (u bandama, mafiji, devijantnim subkulturama...). **Peto**, difuzna kultura nepoverenja se širi prema

međuljudskim odnosima, pa se transakcioni troškovi zbog neophodnosti stalne budnosti značajno podižu, a šanse za saradnju se smanjuju (Sztompka, 1997: 11).

**Poverenje predstavlja složenu i višedimenzionalnu pojavu oličenu u dinamičkoj celini niza elemenata podrške, pozitivnog stava, identifikacije i ugleda u odnosu građana prema socijalnim i političkim akterima i institucijama.**

Društva se međusobno razlikuju upravo po tome da li su i u kojoj meri uspostavila kulturu dijaloga i poverenja (Lipset). Ofe poverenje definiše kao „uverenje da će se drugi uzdržati da nanese štetu i da će, kad god je to moguće, pridoneti mom blagostanju“ **Ofe nabraja četiri temeljne vrednosti** koje institucije moraju promovisati da bi uživale poverenje, a to su: **iznošenje istine, ispunjavanje obećanja, pravednost i solidarnost** (Ofe, 1999: 47).

Gljučni **odnos poverenja** koji stvara i održava grupu i uvećava socijalni kapital građana odnosi se kako na njihove horizontalne veze - **socijalno poverenje**, tako i na vertikalne odnose - društvenu piramidu koja meri **političko poverenje** građana u ključne socijalne i političke aktere i institucije. Istovremeno, vertikalno socijalno poverenje govori o meri (ne) prisutnosti spajajućeg socijalnog kapitala koji, recimo povezuje mase birača sa političkim liderima. Unutar horizontalnog, socijalnog poverenja mogu se razlikovati **generalizovano poverenje** u ljude uopšte, kojima se onda načelno može verovati ili neverovati i **partikulizovano poverenje** u grupe i pojedince sa kojima smo u kontaktu.

Odnosi (ne)poverenja uspostavljeni na horizontalnoj ravni, zavisno od toga da li se radi o pripadnicima iste (ili srodnih) ili po ključnim karakteristikama različitih grupa u osnovi su Patnamove podele socijalnog kapitala na **povezujući** (unutargrupni) i **premošćujući** (međugrupni) socijalni kapital. Društva sa izraženim, očekivano visokim nivoom unutargrupnog, povezujućeg i naglašeno niskim nivoom međugrupnog, premošćujućeg kapitala su nestabilizovana, konfliktna i podeljena društva. Mogla bi se čak formulisati opštija, načelna hipoteza da su rasna i etnička i religijska heterogenost i zaoštrena politička polarizacija, praćene nižim nivooma civilnog socijalnog poverenja. Pritom problem je posebno zaoštren na postkonfliktnim prostorima koje odlikuje i relativna ekonomska nerazvijenost, poput eks-Jugoslavije.<sup>44</sup>

Na drugoj strani, „vertikala“ poverenja - afirmativan odnos građana prema političkim i civilnim akterima jeste njihov ključni resurs i zaloga legitimnosti, rejtinga i kredibiliteta. Kada se radi o „vertikali poverenja“ - poverenju u socijalne i političke aktere i institucije, validnom i inspirativnom smatram analizu 5 međusobno uvezanih dimenzija ili tipova poverenja.

Prvi čini **studij identifikacije i poverenja u samu političku zajednicu**, najčešće operacionalizovan kroz osećaj ponosa zbog pripadanja naciji – državi, odnosno razlike između osećaja pripadnosti zajednici i (manjeg) prihvatanja aktuelnog režima.

Drugi nivo analize uključuje razmatranje **mere prihvaćenosti ključnih načela i vrednosti poretka**, kao i doživljaj i razumevanje konceptata poput demokratije, jednakosti ili požel-

<sup>44</sup> U Srbiji krajem 2009. godine, deceniju nakon obustave oružanih konflikata, najtvrdi oblik etničke distanace - nesprenost da se prihvati da pripadnici određenih nacionalnih grupa uopšte žive u Srbiji pokazuje u slučaju Albanaca dve petine, Hrvata četvrtina, Bošnjaka i Roma petina, Mađara 15 odsto i Crnogoraca 12 odsto ispitanika pripadnika većinske, srpske nacije. Po nalazima ovog CeSI-ovog istraživanja pripadnicima manjina pristup neformalnim socijalnim mrežama, kroz druženja i posećivanja, drži zatvorenim u slučaju Albanaca gotovo polovina, Roma i Hrvata trećina, Bošnjaka četvrtina, Mađara petina a Crnogoraca, što je verovatno efekat „razdruživanja“, sedmina Srba (CeSID, oktobar 2009, str.17 - 18)

jnog nivoa i formi građanskog aktivizma. Primera radi, početkom 2010.godine, među građanima Srbije je dve trećine jasno profiliranih pobornika pravne države, tri petine pristalica ljudskih prava i tolerancije (sa značajnim izuzetkom odnosa prema seksualnoj različitosti), relativna većina (dve petine) doslednih demokrata, uz prateći do kraja ne-definisan i konfuzan stav prema decentralizaciji i regionalizaciji (CeSID, februar, 2010).

Treći, izvedbeni nivo testira **meru podrške konkretnim režimima** i bavi se procenom njihove delotvornosti i uspešnosti u rešavanju konflikata i usmeravanju razvoja.

Četvrti nivo bavi se „**rejtingom**“ **pojedinih državnih institucija i javnih ustanova**. One se dalje, po prirodi svoje pozicije i delovanja, mogu razložiti na:

- (1) personalne i kolektivne nosioce vlasti (predsednik, vlada, parlament);
- (2) državne organe (vojska, policija, inspeksijske službe),
- (3) javne službe (obrazovanje, zdravstvo, socijalna politika);
- (4) institucije „četvrtе grane vlasti“ (antikoruptivna tela i organi), kao i
- (5) ustanove civilnog društva (mediji, zadužbine, crkvene organizacije).

Najzad, peti nivo ili dimenziju vertikalnog poverenja čini **poverenje u civilne i političke aktore**, ali i međunarodne aktore i integracije (Norris,1990).

U ovom radu akcenat je na poverenju prema akterima i institucijama.

### „Merenje” poverenja

U studiji EBRD-a „Social capital in transition: a first look at the evidence“ socijalni kapital je meren u zemljama tranzicije putem pitanja o nivou uopštenog poverenja, patricipacije u organizacijama civilnog društva i poverenja u institucije. Iako ovo pitanje nije bez svojih nedostataka, najveći broj istraživača ga koristi najverovatnije i zbog toga što je ono bilo uključeno u sve talase istaživanja *Svetska studija vrednosti (WVS)*<sup>45</sup> i *Evropska studija vrednosti (EVS)*, pa je stoga pogodno za vremensku i prostornu komparaciju poverenja.

Jedan od ključnih nalaza je, recimo, da je **nivo socijalnog generalizovanog poverenja (poverenje u ljude uopšte), za deset godina od 1996. do 2006. godine, opao duplo** - sa 28 odsto na 14 odsto, dok se udeo onih koji su se izjasnili kao oprezni održava na oko tri četvrtine ispitanika. U Švedskoj (64 odsto) i Finskoj (61 odsto), a posebno u Danskoj (76 odsto) poseduju generalizovano poverenje prema nepoznatim pripadnicima društva. S druge strane, najviši nivo nepoverenja vidi se u Letoniji, Litvaniji i Poljskoj, gde između 82 odsto i 88 odsto ispitanika nema poverenja u ljude. Kada poredimo obim socijalnog kapitala u Srbiji sa ovim podacima, vidimo da je **obim socijalnog kapitala u Srbiji dva puta manji od proseka socijalnog kapitala u zemljama EU** (Navedeno prema: Mihailović, Vojislav, 2010: 30 - 34).

<sup>45</sup> Svetska studija vrednosti istraživački je poduhvat bez premca u društvenim naukama. Reč je o komparativnom istraživanju sociokulturnih i političkih promena, tj. bazičnih vrednosti i uverenja koje je sprovedeno na reprezentativnim uzorcima u više od 65 društava koja obuhvataju skoro 80% ukupne populacije na zemlji, na svih šest kontinenata, u trajanju od skoro četvrt veka. Počelo je sa Evropskom studijom vrednosti (EVS), prvi put 1981. godine, da bi potom bila pokrenuta čitava serija istraživanja (tzv. talasa) (Pavlović, Z., 2006: 1)

### (Ne) poverenje u Srbiji

Kao ilustraciju stanja Srbiji, krajnje sumarno ću navesti nalaze CeSID-ovog istraživanja iz 2005 godine, koje, pošto se bavi kako nivoom poverenja u aktere i institucije, tako i u učesnike u interpersonalnoj komunikaciji, može dati dovoljno celovitu sliku formiranih odnosa (ne)moći i nepoverenja. Od 25 „objekata“ (ne)poverenja, građani u proseku imaju delimično poverenje u 10, a malo u 15 od njih. Od 10 „objekata“ u koje građani imaju znatno ili bar delimično poverenje, četiri su vezana za učesnike interpersonalnih odnosa (dobri poznanici, rođaci, ljudi iste nacionalnosti kao ispitanik, građani Srbije bez obzira na nacionalnost), tri za javne delatnosti (škole i fakulteti, lekari, SANU), dva za civilno društvo (za crkvu i sveštenike) i tek jedan na institucije vlasti (poverenje u vojsku u celini).

Tabela 12: Rang lista poverenja

Rang	„Objekt“ poverenja	Ima poverenje (%)	Nema poverenje (%)	Indeks poverenja
1	Dobri poznanici	84	12	3,36
2	Rođaci	82	15	3,28
3	Crkva	68	27	2,97
4	Ljudi iste nacionalnosti kao ispitanik	68	18	2,94
5	Škole i fakulteti	66	26	2,91
6	Lekari	66	31	2,86
7	SANU	64	21	2,80
8	Građani Srbije, bez obzira na nacionalnost	63	25	2,79
9	Sveštenici	59	34	2,73
10	Vojska u celini	52	39	2,64
11	Predsednik Srbije	42	50	2,33
12	Policijci	39	54	2,25
13	Novinari	38	53	2,22
14	Vojni vrh	36	53	2,22
15	Štampa	38	54	2,21
16	Sindikati	32	46	2,20
17	Televizija	39	57	2,19
18	Nevladine organizacije	32	46	2,18
19	Evropska unija	36	52	2,17
20	Predsednik vlade	35	57	2,13
21	Sudije	32	58	2,12
22	Vlada Srbije	30	62	2,01
23	Skupština Srbije	27	65	1,98
24	Političke stranke	26	64	1,92
25	Političari	20	74	1,78

Podatak da trećina stanovništva ima poverenja samo u svoju (širu) porodicu, a dve trećine samo u svoje prijatelje deluje zabrinjavajuće. Veze unutar porodice i među prijateljima jesu deo socijalnog kapitala – povezujućeg (*bonding*) socijalnog kapitala, koji može imati negativne spoljne efekte. Već je navedeno da su takve veze karakteristika postkomunističkih društava u kojima stvarane kao način prevazilaženja teških situacija, i da su društva u kojima prevlađuje takav tip veza pogodno tlo za korupciju. „Autoritarna vlast... izaziva nepovverenje i povlačenje građana u relativnu sigurnost odnosa unutar primarnih društvenih skupina” (Maldini, 2008: 185).

Dno rang liste - šest „šampiona nekredibilitnosti“ - zauzimaju institucije izvršne, zakonodavne i sudske vlasti: političari, političke stranke, skupština, vlada, predsednik vlade i sudije.

Gledano po grupama najveće je interpersonalno poverenje (3,10), potom poverenje u javne delatnosti (2,86) u institucije civilnog društva (2,40), u represivne institucije (2,31) i na kraju u institucije vlasti (2,03). Poverenje u institucije javnih delatnosti i interpersonalno poverenje imaju karakter delimičnog poverenja, dok je malo poverenje u institucije civilnog društva, represivne institucije i institucije vlasti (Mihailović i drugi CeSID, 2005).

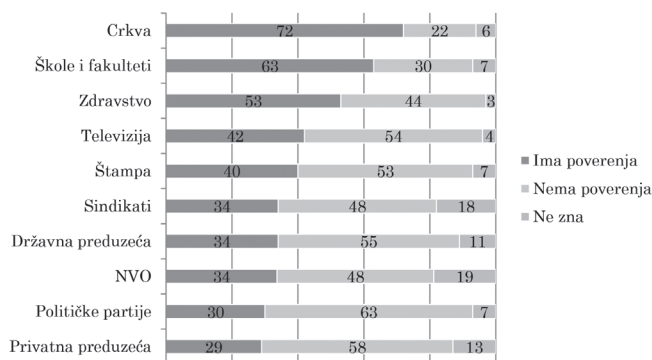
### Poverenje u organizacije civilnog društva (OCD)

Razučena mreža građanskih inicijativa, pokreta, interesnih asocijacija i građanskih ustanova koja čini civilno društvo, po svojoj logici predstavlja prostor autonomije i samoorganizovanja građana, relativno nezavisan od države, ali i tržišno – privrednih organizacija. Njihova uloga se prvenstveno sastoji u kreiranju, širenju ili odbrani autonomnih vrednosti i kulture, definisanju i zastupanju interesa i stimulisanju građanske odgovornosti i aktivizma, usmernog delom i ka pokretanju inicijativa prema strukturama vlasti i njihovoj kontroli i kritici.

U ravni analize pojedinih društava otvaraju se, međutim, ne samo pitanja razvijenosti civilnog i političkog polja i aktera već i pitanja sazajnih kapaciteta građana - njihovog razumevanja složenog procesa promena, stava prema civilnim akterima i svetu politike i (ne) spremnosti da se uključi u aktivnosti OCD i političkih aktera.

Prethodno, sa stanovišta raspolaganja poverenjem, kao jednim od temeljnih organizacijskih resursa analizirane (2005. godine) organizacije civilnog društva mogu se podeliti u tri grupe.

Grafikon 13: Poverenje u organizacije civilnog društva i stranke (CeSID, 2005), (u %)



Prvu, čine posebno crkvene organizacije, pre svega SPC, koje uživaju puno (41 odsto) ili bar delimično poverenje (30 odsto) između dve trećine i tri četvrtine građana Srbije. Crkva je godinama već ustanova od najvećeg, gotovo nespornog moralnog i, istovremeno, nepolitičkog ili nadpolitičkog ugleda i autoriteta među građanima Srbije. Ni povremene, sporne „ekskurzije u politiku“ nisu bitnije ugrozile visok rejting i tretman crkve kao nacionalne institucije.

Prvoj grupi građanskih ustanova u koje građani imaju veliki stepen poverenja pripadaju i obrazovne institucije – škole i fakulteti. Obrazovnim ustanovama veruje dve trećine građana, odnosno poverenje u njih je dvostruko veće od nepoverenja.

Drugu grupu čine mediji, štampani i elektronski, koji uživaju poverenje približno dve petine građana, odnosno spadaju, zajedno sa zdravstvom, kao i vojskom i policijom, u organizacije i institucije prema kojima je odnos poverenja i nepoverenja relativno uravnotežen. Pri tom, udeo onih koji u medije imaju puno poverenje je samo 6 odsto, što predstavlja jedan od najnižih zabeleženih procenata punog poverenja u sve analizirane organizacije i institucije. Na drugoj strani, apsolutno nepoverenje prema medijima iskazuje čak petina građana. Svoj, nešto povoljniji rejting, u odnosu na sindikate i NVO, mediji mogu da zahvale daleko većem broju građana (35 odsto) koji u njih imaju osrednje, delimično poverenje.

Očito, relativno visoko poverenje i, u još većoj meri, očekivanja od medija, rezultat su uverenja da njihov pluralizam – brojnost i konkurencija, jesu pretpostavka i garant kritičke informisanosti i smislenog angažovanja, daleko pre nego što se veruje u njihov pojedinačni profesionalizam i nepristrasnost.

Pritom, za položaj sredstava masovnih komunikacija od posebnog značaja je pojava interneta i socijalnih mreža koje doprinose demokratizaciji javnog prostora, ali i veze između vlada i medija, koja medijski prostor čini zavisnim i sve više nedemokratskim (Hejvud, 2004:392).

Mediji u javnom vlasništvu su više ili manje pod kontrolom institucija vlasti i vladajućih političkih partija, a privatni mediji su u vlasništvu ljudi bliskih određenim političkim partijama, pod kontrolom institucija vlasti ili su pod drugim uticajem i komercijalnom zavisnošću, koja ograničava njihovu slobodu i objektivnost.

Ne čudi zato podatak da, prema istraživanjima Freedom house u prethodnih pet godina Srbija, ali i BiH, Crna Gora i Hrvatska imaju tek delimično slobodne medije.

Najzad, sindikati i NVO spadaju, zajedno sa političkim i privrednim akterima – parlamentom, Vladom, strankama i državnim i privatnim preduzećima, odnosno njihovim upravljačima i vlasnicima, u red organizacija i institucija prema kojima je nepoverenje osetno izraženije nego poverenje. Njima ne veruje, ili ne poznaje njihov rad gotovo polovina anketiranih. Njima treba priključiti gotovo petinu anketiranih (18 odsto), daleko više nego kod drugih organizacija i institucija, koja nema ni definisan stav o njima. Na drugoj strani, puno (9 odsto) ili delimično i malo poverenje (25 odsto) prema sindikatima i NVO iskazuje trećina građana, što je čak iznad vrednosti dobijenih drugim istraživanjima. Naime, nakon oktobarskih promena 2000., kada je poverenje u NVO nadmašilo nepoverenje, odnosno obuhvatilo više od trećine građana, ono se, nakon pada u 2001. godini, od sredine 2002. stabilizovalo na podršci četvrtine građana (CPIJM, Institut društvenih nauka, 2004:19-20).

Mogli bi zaključiti, kada je o OCD reč, sa izuzetkom crkve i obrazovnih institucija, da značajno poverenje manje od petine građana, govori o oskudnom osnovnom resursu kojim raspolažu NVO i sindikati. Zabrinjavajući je i nizak nivo, posebno u slučaju NVO, njihovog poznavanja i razumevanja prirode njihovih aktivnosti.

Pred sindikatima i NVO očito stoje otvorene tri grupe problema: a) preciziranja svoje pozicije i uloge – svoje misije učešća u deblokiranju tranzicije u osiromašenom, traumatizovanom, postratnom društvu, b) ofanzivnijeg nastupa i akcionog objedinjavanja i umrežavanja, ali i c) medijske i marketinške aktivnosti na poboljšanju imidža i izmeni negativnih klišeja i stereotipa koji o njima postoje u javnosti poput onog o „antiratnim profiterima“ i zgrtanju novca od pomoći i donacija.

## **NVO sektor**

Nevladine organizacije, pre svega moraju izaći iz zabrana oslanjanja na podršku stranih donatora i podrške ograničene na obrazovano, urbano i mlađe stanovništvo. Opšte mesto svih analiza i rasprava unutar nevladinog sektora čini potreba i nužnost samoodrživog razvoja, odnosno diversifikovanje izvora donacija i prihoda, pri čemu bi smanjenje stranih donacija bilo kompenzirano uvećanim prihodima od pružanja usluga korisnicima, saradnje sa privredom, državnih dotacija i donacija od domaćih fizičkih i pravnih lica. Ujedno, time bi se projekti i programi NVO, do sada pretežno uslovljeni prioritetima stranih donatora, u većoj meri vezali za prioritete samih korisnika usluga NVO sektora (NVO sektor, 2005:59-62; 80-82).

Nesporna potreba je da se aktivnosti NVO sektora sve više izvode i uz podršku državnog finansiranja, odnosno projektnih konkursa pojedinih ministarstava, gradova i opština, u meri u kojoj su programi NVO usklađeni sa nacionalnim strategijama ili novom koncepcijom socijalne politike društva u transformaciji. To, u uslovima opšteg siromaštva, odsustva odgovarajuće pravne regulative i stimulativne ekonomske politike i politike poreskih olakšica i oslobađanja, neće biti nimalo lak i izvestan posao.

Iako je, posebno nakon 2000. godine, nevladin sektor uveliko demetropolizovan i decentralizovan, odnosno uspeo je da se proširi i na manja urbana središta i da se, taktikom širenja *mrlja mastila*, iz velikih gradova – polaznih uporišta proširi na gotovo čitavu teritoriju, on je još u velikoj meri socijalno getoiziran.

Po rezultatima svih istraživanja, vršenih nakon 1999. godine (Institut društvenih nauka, CPA, CESID), pristalice i aktivisti NVO sektora dolaze iz redova stručnjaka, učenika i studenata, odnosno mlađih od 30-40 godina, koji se osećaju dobitnicima tranzicije. Indikativno je, pri tom da se ne radi o najmućnijima već o osobama prosečnih prihoda.

Socijalno uska i relativno malobrojna osnovica (između 1 odsto i najviše 5 odsto aktivista i povremenih volontera prema nalazima istraživanja), kao i slabo prisustvo, sem u incidentnim situacijama, u medijima povratno osnažuju i održavaju nisko poverenje u NVO sektor.

I po nalazima istraživanja efekata tranzicije, iz 2010. godine, nepoznavanje rada NVO i nizak stepen građanskog aktivizma odražavaju se i nisko poverenje građana – ono se kreće u rasponu od 9 odsto do 25 odsto prema različitim vrstama NVO. Najveći stepen poverenja građani imaju u NVO koje se bave zaštitom životne sredine (25 odsto građana



ispoljava poverenje prema radu ovih organizacija) i NVO koje razvijaju programe za invalidna lica (24 odsto ispoljava poverenje prema radu ovih organizacija). Znatno manje poverenje građani ispoljavaju prema drugim tipovima NVO kao što su organizacije koje se bave promocijom ljudskih prava i razvojem demokratije. Samo po 13 odsto ispitanika pokazuje poverenje u Helsinški odbor za ljudska prava i u Fond za humanitarno pravo kao NVO koje podstiču demokratsku tranziciju javnog života i suočavanje sa prošlošću. Građani imaju još manje poverenja u udruženja koja ulaze u tzv. „patriotski blok“, odnosno u one koje se zalažu za odbranu haških optuženika i relativizaciju odgovornosti za ratne zločine. Samo 9 odsto građana iskazuje poverenje u „Obraz“ kao tipičnom primeru ovih organizacija, dok u udruženja za odbranu haških optuženika poverenje ima 13 odsto građana (Kolin, 2010: 44 - 46).

*Tabela 13: Poverenje i nepoverenje u udruženja građana (u %)*

	Ima poverenja	Neodlučan	Nema poverenja	Ne može da oceni
Udruženja koja se bave zaštitom životne sredine	25	20	19	36
Udruženja koja okupljaju, štite i zapošljavaju invalide	24	18	18	40
Udruženja za odbranu haških optuženika	13	19	26	42
Helsinški odbor za ljudska prava u Srbiji	13	17	27	43
Fond za humanitarno pravo	13	17	29	41
„Obraz“	9	16	28	47

Linije političkih podela, dakle prolaze kroz civilni sektor, pre svega kada se radi o onim NVO koje se bave pitanjima koja se nalaze na političkoj agendi i izazivaju politička sporenja. Najveće razlike, u odnosu na stranačku pripadnost, postoje u pogledu (ne)poverenja prema Helsinškom odboru, Centru za ljudska prava ili YUKOM-u, na jednoj, odnosno Obrazu ili Udruženju za odbranu Haških optuženika, na drugoj strani.

„Politička kontaminiranost“ za konsekvencu ima činjenicu da rezultati istraživanja pokazuju da tek svaki šesti građanin u BiH, Srbiji i Hrvatskoj veruje nevladinim organizacijama, kao izvoru informacija o sadržaju i realizaciji izbornih programa političkih partija. Ako je to za utehu OCD, približno isti procenat građana veruje i analitičarima, odnosno gotovo polovina njih ne veruje ili nedovoljno veruje političkim partijama, medijima, nevladinim organizacijama i analitičarima (Dejanović, 2014).

Moglo bi se zaključiti da organizacije i ustanove civilnog društva, uz izuzetak crkve, kao i obrazovnih institucija, i delom medija u velikoj meri „pate“ od deficita legitimnosti i poverenja. To svakako predstavlja značajno ograničenje njihovoj pretenziji da u tranzicionim promenama odigraju značajnu ulogu.

### **Poverenje i politika**

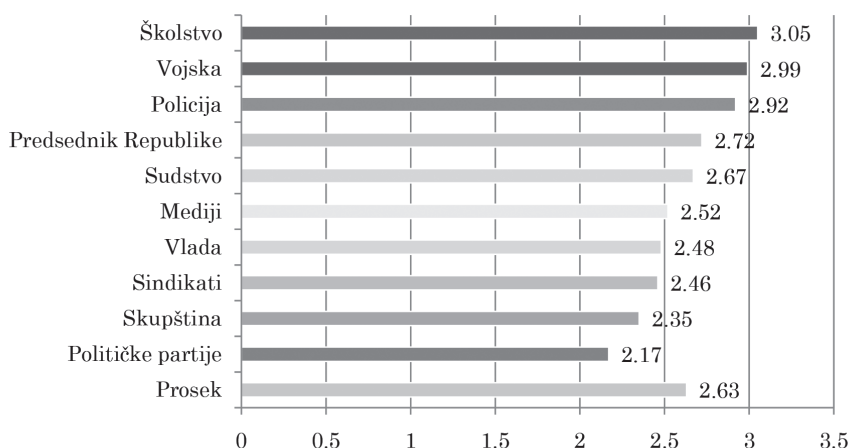
U Srbiji, u poslednjih dvadesetak godina nepoverenje u institucije društva, pogotovu u one političke je, uz retke i kratkotrajne izuzetke, toliko visoko da otvara pitanje opstanka države, pa i samog društva. Dakle, kako društvo može da funkcioniše ako niko nikom ne veruje, ako niko nema kredibilitet?



Primeru radi, 2010. godine u sred ekonomske i socijalne krize, očekivano je ključna mo-neta poverenja građana i dalje oskudno raspodeljena na socijalne i političke aktere i insti-tucije. I u ovom rangiranju nakon decenije od promena iz 2000. godine, najgore su prošle političke institucije i akteri.

Političke institucije suočavaju se očito sa dubokom krizom legitimiteta budući da je pre-ma svima njima bez izuzetaka nepoverenje građana daleko izraženije nego poverenje, pa se stanje može uporediti jedino sa drugom polovinom devedesetih godina prošlog veka, odnosno sa vremenom potpune delegitimizacije Miloševićevog režima.

Grafikon 14: Rang institucija prema ponderu (ne)poverenja građana, prosečna ocena



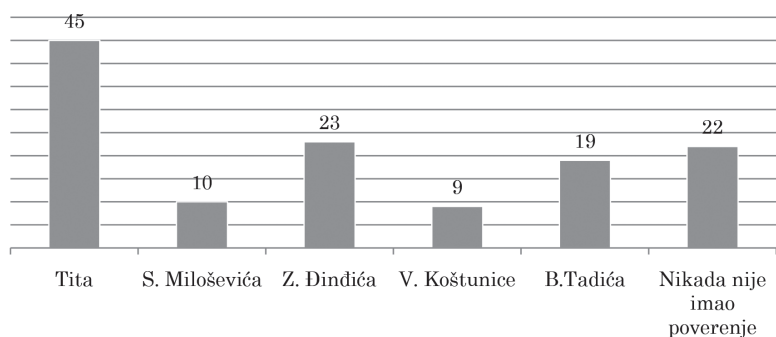
Slična situacija je istini za volju i sa institucijama civilnog društva, budući da velika većina građana uopšte ne uočava aktivnost NVO i da nepoverenje u čitav niz konkretnih NVO, u sindikate ili medije daleko prevazilazi poverenje (Slavujević, 2010: 24-27).

Drugi ključni podatak je da ni jedna od posmatranih institucija (izuzev školstva) ne uspeva da dosegne čak ni srednju vrednost 3, koja označava bar ambivalentan odnos građana prema njoj. Treći značajan podatak jeste da je poverenje u političke institucije – predsednika Republike, vladu, parlament i političke stranke, ukupno uzev, znatno niže (srednja vrednost 2,43) nego u institucije poretka - vojsku, policiju i sudstvo (srednja vrednost 2,86). Naoko paradoksalno, oni koji ne uživaju poverenje nastoje (ne)uspešno da reformišu one aktere (vojska, policija, sudstvo) kojima građani kako- tako veruju. Kako je odnos gotovo trećine građana prema ovim političkim institucijama ambivalentan, broj građana koji im iskazuju poverenje je gotovo simboličan – **tek svaki peti građanin ima poverenje u vladu, svaki sedmi u parlament, a tek svaki deveti u političke partije.**

Ako je nepoverenje prema političkim strankama standardno visoko - doseže 60 odsto, a poverenje nikada niže – 11 odsto, odnosno ako je prema partijama, čijim se aktivnostima, oblikuju političke institucije, nepoverenje šest puta izraženije od poverenja, opravdano se otvara i pitanje zašto i sa kojom energijom većina, koja im ne veruje, ipak izlazi na izbore i glasa za određene partije? Pri tome, kada građani porede vlastito poverenje u političke

institucije u različitim periodima, odnosno sistemima, izrazito najviše njih ocenjuje da su imali najviše poverenje u političke institucije u vreme socijalizma, odnosno za vreme vladavine Josipa Broza – Tita, zatim u znatno manjoj meri u vreme Đinđića kao premijera Srbije, pa u vreme Borisa Tadića, dok je mali broj onih koji su imali najveće poverenje u institucije u vreme Miloševića i Koštunice (Slavujević, 2010: 63-66).

Grafikon 15: Najveće poverenje u institucije građani su imali u vreme... (u %)



Četiri godine kasnije, februara 2014. godine, iako je došlo do političkog prerazvrstavanja, nije došlo do značajnije izmene rejtinga i kredibiliteta političkih aktera i institucija. I Nikolić, kao i svojevremeno Tadić, kao i jedna i druga vlada u kojima je u različitim rolama sedeo Dačić, imaju rejting koji bi se mogao školski zaokružiti na mršavu trojku.

Tabela 14: Poverenje u institucije i aktere (CeSID, februar 2014), (u %)

Institucija	Broj odgovora	Min ocena	Max ocena	Srednja ocena
Predsednik Republike	559	1	5	2.73
Vlada Srbije	560	1	5	2.54
Skupština Srbije	561	1	5	2.37
Vojska Srbije	560	1	5	3.15
Policija	561	1	5	2.69
Sudovi	561	1	5	2.18
Škole i fakulteti	560	1	5	3.04
Političke partije	561	1	5	2
Mediji	560	1	5	2.28
Sindikati	559	1	5	2.33
Zdravstvene ustanove	560	1	5	2.71
Državna administracija	558	1	5	2.35
Lokalna administracija	560	1	5	2.29
Crkva	560	1	5	3.35
Nevladine organizacije	560	1	5	2.57

Na drugoj strani, parlament, državna i lokalna administracija i posebno političke partije stoje kod građanki i građana Srbije nepromenjeno loše i jedva bi se provukli. Očekivano, stav prema političkim akterima i institucijama je u najvećoj meri uslovljen partijskom pripadnošću i identifikacijom. Koficijent korelacije se čak kreće između 0,4 i 0,5. Po pravilu, građani podržavaju „svoje“ aktere i institucije, odnosno menjaju sa promenama garnitura na vlasti i svoj stav prema njima.

Primera radi, predsednika Nikolića očekivano nadprosečno podržavaju simpatizeri SNS (63 odsto prema nezanimljivih 16 odsto koji nemaju poverenja u njega), na nivou proseka pristalice koalicije oko SPS i Dveri a ispod proseka pristalice drugih partija, pri čemu iz redova njegovih bivših radikala bukvalno niko. Sklonost podršci Nikoliću blago raste ( $C=0,27$ ) i sa rastom prihvatanja nacionalizma što govori u prilog formiranoj oceni da je Nikolić nacionalno najtvrdi unutar aktuelnih evrocentričnih vlasti. Na drugoj strani, poverenje u Nikolića blago pada sa rastom obrazovanja ispitanika ( $C=0,23$ ) tako da je među ispitanicima sa završenim fakultetom više nego dvostruko veći broj onih koji nemaju poverenja prema njemu (56 odsto: 24%).

Predsednik Nikolić, međutim u ovom pogledu nije nikakav izuzetak - sa rastom obrazovanja opada poverenje i u druge političke institucije i aktere. Tako, recimo, među fakultetski obrazovanim više nego trostruko je veći broj onih koji nemaju od onih koji imaju poverenja u Vladu Srbije (65 odsto:20 odsto).

Na vrhu skale poverenja, tradicionalno, ocenu između dobre i vrlo dobre imaju tri figure organske, narodne ili „seljačke“ (Gramši) inteligencije - sveštenik, oficir i nastavnik, odnosno crkva (3,35), vojska (3, 15) i obrazovanje (3,04).

Crkvi kojoj se najviše veruje očekivano nadprosečno veruju ispitanici koje karakteriše protivljenje verskoj toleranciji kao i regionalizaciji, sklonost tradicionalizmu ( $C=0,35$ ) i u manjoj meri nacionalizmu ( $C= 0, 23$ ). Kada je o odnosu partijske identifikacije i poverenja u Crkvu reč postoji takođe relativno značajna, sistematska veza ( $C= 0,36$ ). Nadprosečno, poverenje u Crkvu imaju pristalice Dveri (77 odsto), DSS (75 odsto), koalicije oko SPS (66 odsto) i SNS (64 odsto), a najmanje iako i dalje nadpolovično pristalice DS (52 odsto).

Kada je o školama i fakultetima reč, ispodprosečno im veruju pristalice „antisistemske“ vanparlamentarne opozicije - SRS i Dveri, ali u izvesnoj meri ( $C=0,26$ ) i pripadnici nižih društvenih slojeva kojima je otežan pristup kvalitetnom obrazovanju.

Za razliku od crkvi, vojske i obrazovanja, sa produženom krizom opao je rejting policije (sa 2,92 na 2,69) i, posebno, sudstva (sa 2,67 na 2,18) koje je platilo punu cenu neuspelih reformi pravosuđa i nalazi se sa tradicionalnim „fenjerdžijom“ - političkim partijama na samom dnu liste.

Posebno je indikativan i relevantan ( $C=0,39$ ) stav partijskih pristalica prema policiji. Nadprosečno poverenje prema policiji pokazuju jedino pristalice vladajućih naprednjaka dok je suprotno tome među socijalistima, čiji je predsednik Dačić u dva mandata bio ministar policije, čak više onih (43 odsto: 32 odsto) koji ne veruju od onih koji veruju policiji.

Na drugoj strani, i pored svih priča o nagriženošću korupcijom zdravstvo i lekari su daleko bliže solidnoj trojci nego utešnoj dvojci (2,71).

Kada je o organizacijama civilnog društva reč, nastavlja se i dalje pad ionako niskog poverenja u sindikate (sa 2,46 na 2, 35) i još u većoj meri u tabloizirane medije (sa 2,52 na 2,28). Tek je nešto bolja ocena za nevladine organizacije (2,57).

Pritom, poverenje u NVO već „tradicionalno“ je najviše uslovljeno partijskom orijentacijom (C=0,43), odnosno pristalice ranije postoktobarske vlasti ih podržavaju natprosečno, podrška pristalica aktuelne vlasti se kreće oko (niskog) proseka, dok su protiv njih listom simpatizeri radikala i Dverjani.

Zanimljiv je i slučaj sindikata. Partijska opredeljenost u najvećoj meri određuje i stav (ne)poverenja prema njima (C=0,37). Unutar ionako malog poverenja u sindikate još su nepoverljivije pristalice LDP, SRS i URS, kao i partijski neopredeljeni. Na drugoj strani, poverenje nešto iznad (niskog) proseka iskazuju pristalice DS (19 odsto), SPS i SNS (17 odsto). U pogledu klasne identifikacije anketiranih (C=0,27) sindikatima su nešto skloniji pripadnici radništva, ali i, indikativno, obrazovane više srednje klase. Na drugoj strani, sindikatima uopšte ne veruju vrh i dno socijalne piramide, odnosno elita i deklasirani pripadnici prekarizata koji sindikati nisu uspeli da zaštite.

### Razlozi nepoverenja u aktere politike

Pitanje razloga poverenja (ili nepoverenja) je prilično složeno pitanje oko kojeg postoje brojne dileme i kontroverze. Dve teorijske tradicije različito objašnjavaju poreklo političkog poverenja i daju različite perspektive razvoja poverenja u demokratske institucije, njihov opstanak i efikasno delovanje u postkomunističkim društvima. Reč je o kulturalnom i o institucionalnom pristupu objašnjenju nastajanja poverenja.

**Kulturalni pristup** pretpostavlja da je poverenje u političke institucije egzogeno. Prema njemu, poverenje je dispozicija i ukorenjeno je u vrednosnim opredeljenjima onih koji ispoljavaju poverenje. Poverenje u političke institucije tako proističe uglavnom izvan političke sfere, u dugotrajnim i ukorenjenim verovanjima koja su zasnovana na kulturnim normama i prihvaćena kroz proces socijalizacije. **S kulturalnog stanovišta, političko poverenje je produžetak interpersonalnog poverenja, naučenog u ranoj životnoj dobi i kasnije projektovanog na političke institucije, zbog čega određujuće utiče na mogućnosti institucionalne performanse.**

Nasuprot tome, **institucionalni pristup pretpostavlja da je političko poverenje politički endogeno zato što je rezultat političke i ekonomske performanse institucija i vlade, a ne ukorenjenih kulturnih normi.** Poverenje u institucije je očekivano kad institucije deluju zadovoljavajuće, ono je posledica, a ne uzrok, institucionalne performanse. Institucije koje deluju dobro proizvode poverenje, dok nepouzidane institucije proizvode skepticizam i nepoverenje (Maldini, 2008: 11-12).

Kada je o poverenju reč, veoma je relevantan i **odnos građana prema najbitnijim političkim pitanjima** kao što su rešavanje statusa Kosova i odnos prema evrointegracijama Srbije. Na taj način dolazi se do podataka koji nagoveštavaju raspoloženje birača na izborima. Dobijeni podaci, međutim, pokazuju da poboljšanje životnog standarda, ekonomski razvoj, smanjenje nezaposlenosti i korupcije i kriminaliteta predstavljaju najvažnija pitanja za građane Srbije. Prevazilaženje ili pak produbljavanje ovih problema, utiče u velikoj meri na stepen (ne)poverenja građana prema političkim institucijama i akterima.

Pri tome verovanje i sklonost građana da se u instituciji vidi čovek, a ne institucija kao takva i uopšte svojevrsna nemoć da se razdvoji institucija od čoveka koji je vodi, najbolje se vidi na osnovu kretanja stepena poverenja u instituciju predsednika Republike.

Načelno posmatrano, **tri grupe razloga: loše privredne vesti, interni sukobi i lična ograničenja i propusti nosilaca vlasti vode gubitku poverenja.**

Dubinski niz razloga čini težina bremena nasleđa i njome uslovljena **gorčina „tranzicionih lekova“** koje izborni poraz prvih postkomunističkih vlada čine nekom vrstom nepisanog pravila.

**„Konjukturu“ grupu razloga koja služi kao okidač čini proces delegitimiranja vlasti.** Tačnije političkim ponašanjem i određenim konkretnim potezima poslata je neskrivena poruka da se vlast neće pridržavati obećanja o svom jedinstvu, odgovornosti, kompetentnosti i spremnost za obračun sa korupcijom i kriminalom.

Tako je, recimo, politička cena raznih afera, finansijskih skandala i uzajamnih optužbi u nizu, koji se ne razrešavaju logičnim sudskim raspletom, najviše išla na račun DS kao ključne stranke vlasti u prethodnom periodu.

**Prezentovani nalazi ukazuju da su veze između organa vlasti i građana u opasnom prekidu.** Izlazak iz postojećeg stanja razornog deficita i rast poverenja zahteva promenu ponašanja vlasti, ali i samih građana i građanskih asocijacija. Istraživanja pokazuju da građani slabo poznaju mogućnosti za uticanje na kreiranje javne politike a još ređe ih koriste.

**Misija organizacija civilnog društva je da:**

- (a) Upoznaju građane sa mogućnostima učešća u odlučivanju koja imaju na raspolaganju u demokratskom društvu;
- (b) Probude kod građana veru u efikasnost korišćenja ovakvih mehanizama;
- (c) Otvore kanale komunikacije između izabраниh predstavnika naroda i javnih službi, sa jedne, i birača (poreskih obveznika), sa druge strane.

**Građani**, takođe treba da razumeju svoju ulogu – oni su poslednji garant da će se javna politika voditi u javnom interesu i njihovo delovanje je preduslov za pozitivne promene u zajednici ([www.transparentnost.org.rs/arhiva](http://www.transparentnost.org.rs/arhiva)).

Mogli bismo zaključiti da u dominantno podaničkim političkim kulturama posledično prevladuje **odnos pretežnog nepoverenja prema nosiocima političkog imputa:** medijima, sindikatima i organizacijama poslodavaca, NVO i, posebno, političkim partijama. Poverenje u njih je čak niže od poverenja u tradicionalne državne institucije - subjekte outputa: vojsku, policiju, pa i vlade i upravu.

Jedan deo razloga je, dakle, istorijsko-kulturološke prirode i proizilazi iz kolektivne memorije u kojoj prevladuje uverenje o potrebi jake države, a ne civilnog društva.

I pregled „grozda“ vrednosti za koje se zalažu građani i zaposleni pokazuje, takođe, zabrinjavajuće opadanje solidarističke orijentacije, kao i raširenu autoritarnost. Pitanje je i da li su i izraziti egalitarizam, tradicionalizam i konformizam poželjan stav? Ovakav vrednosni sklop može, primera radi, predstavljati ozbiljne prepreke u funkcionisanju sindikalnih i civilnodruštvenih organizacija.

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

#### LITERATURA:

Maldini, Pero (2008): Političko povjerenje i demokratska konsolidacija, u: Politička misao, Vol. XLV, no. 1: 179–199.

Mihailović, Vojislav (2010): Poverenje kao ključna dimenzija socijalnog kapitala građana Srbije, diplomski rad, Fakultet političkih nauka, Beograd

Offe, Claus (1999): Modernost i država, Filip Višnjić, Beograd

Pavlović, Zoran (2006): Vrednosti u Srbiji u drugom dobu modernizma, u: Sociološki pregled, vol. 40, broj 2: 247–262.

Putnam, Robert (2008): Kuglati sam: slom i obnova američke zajednice, Mediterran Publishing, Novi Sad.

Putnam, Robert (2003): Kako demokraciju učiniti djelotvornom: Civilne tradicije u modernoj Italiji, Fakultet političkih znanosti Sveučilišta, Zagreb

Rose Ackerman, Susan (2001): Trust, Honesty, and Corruption: Theories and Survey Evidence from Post-Socialist Societies, <dostupno na: <http://www.colbud.hu/honesty-trust/rose/pub01.PDF>

Slavujević, Zoran (2010): O poverenju u institucije, u: Dve decenije tranzicije u Srbiji, FES, Beograd

Sztompka, Piotr (1997): Trust, distrust and the paradox of Democracy, Paper prepared for presentation at the XV World Congress of the IPSY, Korea, Seoul. 17-21 August 1997, <dostupno na: <http://bibliothek.wz-berlin.de/pdf/1997/p97-003.pdf>

Stojiljković, Zoran (2011): Srbija u lavirintima tranzicije, Službeni glasnik, Beograd

Vujičić, Vladimir (2001): Politička znanost i političko obrazovanje, Politička misao, Vol. XXXVIII, br. 1: 82-97

**Istraživanja:**

Srećko Mihailović, Zoran Stojiljković, Đorđe Vuković, Dragan Popadić, Zoran Lučić, Marko Blagojević, Miloš Mojsilović i Marko Ivković (2006): Izgradnja proevropske demokratske kulture kroz jačanje kapaciteta kreatora javnog mnjenja, CeSID, Beograd.

Srećko Mihailović, Zoran Stojiljković, Đorđe Vuković i Miloš Mojsilović (2007): Identifikacijom problema do njihovog rešenja – jačanje kapaciteta javnih institucija za prevenciju potencijalnih sukoba, CeSID, Beograd.

Srećko Mihailović i drugi (2009-2010): Vrednosti i identiteti građana Srbije u kontekstu evropskih integracija, 1, 2 i 3

Vuković, Đorđe, Čolović, Ivo, Stojiljković, Zoran (2014): Stanje demokratije u Srbiji: demokratija, poverenje i participacija, CeSID/NDI, Beograd

## PROFILI STRANAČKIH PRISTALICA U SRBIJI

Dorđe Vuković, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

Važna dimenzija jednog istraživačkog projekta koje je realizovano u februaru 2014. godine<sup>46</sup> tiče se i pokušaja da se daju odgovori na to kako izgledaju stranačke pristalice, odnosno u kojoj su meri birači raslojeni po demografskim i vrednosnim merilima. *Podaci koje interpretiramo dobijeni su iz javnomnenskog istraživanja i moguće je da se u određenoj meri razlikuju od strukture birača na samim izborima.*

Međutim, uprkos povećanju broja građana koji su glasali na izborima i promenama koje su desile od trenutka izvođenja ovog istraživanja do trenutka održavanja izbora napominjemo dve činjenice - nije se dramatično menjalo raspoloženje birača u ovom periodu, a stoga su i projekcije o demografskim i vrednosnim rascjepima stranačkih pristalica, bez obzira na povećanje ili smanjenje pristalica pojedinih stranaka na izborima ostale slične onima koje dobijamo u javnomnenskom istraživanju.

Tabela 15: Demografske osobine stranačkih pristalica (u %)

	SNS	DS	SPS	DSS	NDS	LDP	SRS	DVERI	PROSEK
Žensko	45	80	59	11	44	41	33	46	51
Muško	55	20	41	89	56	59	67	54	49
18-29 god.	13	13	12		7	22		46	16
30-39 god.	18	20	17	20	27	17	8	31	19
40-49 god.	12	27	12	30	13	6	15		15
50-59 god.	25	13	24	25	20	39	31	8	22
60 god i više	32	27	34	25	33	17	46	15	29
Bez osnovne škole	6		7						4
Osnovna škola	17	7	29	21	13	22	17		15
Radničke škole	24	7	12	21	25	17	17	15	23
Srednja škola	40	47	26	21	44	28	33	31	38
Viša škola/fakultet	13	40	26	37	19	33	33	54	20
do 10000	48	14	47	35	33	40	33	50	46
10000-20000	25	43	37	24	25	60	50	38	34
20000-30000	18	14	17	35	33		17	13	13
preko 30000	9	29		6	8				7
Neutralni nekonformisti	34	13	21	41	29	33	17	23	27
Neutralni tradicionalisti	19	20	18	24	29	11		23	20
Netolerantni tradicionalisti	21	13	32	35	14	6	67	46	20
Konformistički neregionalisti	19	20	18						12
Tolerantni modernosti	7	33	11		29	50	16	8	22

<sup>46</sup> Istraživanje je realizovano u februaru 2014. godine od strane CeSID-a i NDI, na reprezentativnom uzorku, bez Kosova i Metohije. Tekst je baziran na podacima iz ovog istraživanja.

Dostupno je na: <http://www.izbornareforma.rs/stanje-demokratije-u-srbiji-izvestaj-2014/>



Kada su u pitanju demografske osobine grupa ispitanika koje smo svrstali prema stranačkoj orijentaciji značajnije korelacije su vezane za četiri demografska obeležja. U pitanju su pol, godine, stepen obrazovanja i visina primanja. Demografska obeležja ispitanika su eksplanatorne prirode i oni jesu objektiviziranog karaktera. Nasuprot njima, vrednosna obeležja nose subjektivnu dimenziju. Njih smo predstavili kroz *klaster*e koji u sebi sažimaju sve najvažnije vrednosne i stavovske osobine grupa.

U prvoj grupi analiziramo pristalice tri stranke - DSS, DVERI i SRS. Sve ove tri političke stranke su ostale ispod izbornog cenzusa, a zbirno su osvojile oko 10 odsto glasova podrške na izborima. Imajući u vidu vrednosnu podelu biračkog tela Srbije, možemo reći da su ove tri stranke značajno iznad proseka detektovanih karakteristika klastera koji nazivamo *Netolerantni tradicionalisti*<sup>47</sup>. U slučaju DVERI i SRS to je dominantno vrednosno opredeljenje, dok je kod DSS zajedno sa *Neutralnim nekonformistima*<sup>48</sup> to, takođe dominantno vrednosno opredeljenje. Ono što jeste interesantno kod ovih stranaka je činjenica da se unutar ovog vrednosnog bloka vrši dodatna podela prema demografskim kriterijumima stranačkih pristalica. Sve tri opcije imaju u svojoj strukturi veći broj muškaraca, ali je ova korelacija dovedena do maksimalizacije kod DSS gde je muškaraca 89% od ukupnog broja pristalica. U strukturi DSS i DVERI imamo nadprosečno obrazovanu populaciju, a kod DVERI to ide i do 54 odsto visokoobrazovanih od ukupnog broja pristalica. Ono što dominantno deli ovu skupinu jeste pripadnost starosnim skupama. Tako su pristalice DVERI dominantno smeštene u najmlađe grupe ispitanika (18 do 39 godina), pristalice DSS u kategoriju srednjih generacija (od 40 do 59 godina), dok je SRS svoje utemeljenje našao kod najstarijih sugrađana, onih preko 60 godina starosti.

U drugu grupu stranaka shodno vrednosnim bliskostima njenih pristalica stavljamo DS i LDP. Kada su u pitanju pristalice LDP i DS oni su dominantno obojeni osobinama klastera *Tolerantni modernisti*<sup>49</sup>. Takvih je polovina kod LDP, dok kod DS zajedno sa *Konformis-*

---

<sup>47</sup> Pripadnici ove grupe su skoro bez izuzetka vrlo tradicionalistički orijentisani (96 odsto), od svih grupa poseduju najveći stepen konformizma (73 odsto njih se identifikovalo kao konformisti), autoritarizam je visoko izražen u ovoj grupi (samo 2 odsto onih koje definišemo kao neautoritarni), imaju dominantno izražen negativan stav o regionalizaciji (protiv ovog procesa je 79 odsto ispitanika iz ove grupe), dok je decentralizacija najmanje prihvaćena u ovoj u odnosu na sve druge formirane grupe. Dve ključne razlike u odnosu na druge grupe omogućile su da formiramo ime za ovu grupu. Naime, ispitanici iz ove grupe pokazuju izrazito visok stepen verske netolerancije (76 odsto u odnosu na 28 odsto koliko iznosi prosek populacije), kao i izrazito visok stepen nacionalizma (koji doseže skoro do četiri petine ispitanika iz ove grupe, tačnije ovakav stav ima 79 odsto članova ove grupe).

<sup>48</sup> Iako se shodno odgovorima pripadnika ove grupe može reći da im je ključni vrednosni stav nekonformizam, teško se može naći tema prema kojoj se oni izdvajaju i brane svoj stav u bilo kojoj vrednosnoj matrici ili stavu. U svim distribucijama odgovora prevladuje stav neutralnosti, a pozitivne ili negativne vrednosne matrice ne odstupaju bitnije od proseka populacije.

<sup>49</sup> Kada su u pitanju članovi ove grupe kod njih je konformizam relativno nisko zastupljen (samo 14 odsto konformista nasuprot 51 odsto onih koji to nisu), autoritarnost takođe nije njihova osobina jer je u njihovoj strukturi 73 odsto neautoritarnih pripadnika, dok im je nacionalizam dosta stran (74 odsto onih koje definišemo kao nenacionalne). Kada su u pitanju stavovi o regionalizaciji i decentralizaciji, ova grupa u svojim redovima ima članove koji se najviše zalažu za funkcionisanje ova dva koncepta (tako je tri puta više onih koji zastupaju regionalizam od proseka 35 odsto prema 12%, dok je decentralista 18 odsto što je najviše od svih grupa i značajno više od proseka od 11 odsto). Ono po čemu smo im dali i ime jeste činjenica da su izrazito moderniji od proseka populacije (52 odsto prema 14 odsto), dok im je verska tolerancija iskazana kod 68 odsto pripadnika, što je preko tri puta više od proseka od 22 odsto u čitavoj populaciji.

*tičkim neregionalistima*<sup>50</sup> čine dominantan vrednosni sklop. U demografskim pokazateljima uočljivo je da su pristalice ove dve stranke iznad proseka obrazovani, što je i osnovno obeležje čitavog klastera. Potom, iznad proseka LDP čine mlađe i osobe srednje starosne dobi (od 18 do 29 god i od 50 do 59 god.), dok DS čine osobe srednjih godina (od 40 do 49 god). Ključna razlika koja postoji je u rodnoj strukturi. Kod LDP nešto je više muškaraca nego žena, dok je kod DS predominantno učešće žena sa čak 80% od ukupnog broja ispitanika.

Kada je u pitanju SNS teško da se može napraviti profiliranje stranke koja osvoji polovinu biračkog tela na izborima. Međutim, neke se posebnosti ili razlike u odnosu na prosek ili na druge stranke mogu naći u strukturi pristalica ove političke opcije. U strukturi pristalica ove stranke ima nešto manji broj visokoobrazovanih od proseka i to je jedina demografska karakteristika po kojoj se bitnije razlikuju. S druge strane u vrednosnom smislu, ne postoji dominantno vrednosno opredeljenje. Postoji bitno odsustvo iz klastera onih koje prema vrednostima koje zauzimaju zovemo *Tolerantni modernisti*, a s druge strane značajnije prisustvo u dva klastera gde preteže konformizam. Tako ih je nešto više u klasteru *Neutralnih nekonformista*, a značajno više u klasteru *Konformista neregionalista*.

Kada je u pitanju SPS njihova struktura stranačkih pristalica ima dve diferencirajuća obeležja. Jedno je demografskog karaktera i tiče se činjenice da im iznad proseka poverenje poklanjaju oni ispitanici koji od obrazovanja imaju osnovnu školu ili čak ni nju nisu završili. Iako nemaju dominantno vrednosno obeležje kao neke druge stranke, iznad proseka imaju onih birača koje definišemo kao *Netolerantni tradicionalisti* i *Konformistički neregionalisti*, a manjak onih koje zovemo *Tolerantni modernisti*. Po svim ostalim i demografskim i vrednosnim obeležjima nalaze se oko proseka.

Kada je u pitanju NDS teško je govoriti o demografskim i vrednosnim rascepima koji utemeljuju ove birače kada se radi o stranci koja je upravo bila napravljena, a pri tome treba imati u vidu i da je izborna lista imala veći broj koalicionih partnera koji menjaju određene demografske i vrednosne dimenzije.

## LITERATURA:

### Istraživanja:

Vuković, Đorđe, Čolović, Ivo, Stojiljković, Zoran (2014): Stanje demokratije u Srbiji: demokratija, poverenje i participacija, CeSID/NDI, Beograd

---

<sup>50</sup> Ova grupa pokazuje nešto tradicionalnije ponašanje od proseka populacije, a kada je u pitanju autoritarnost onda možemo reći da su nešto manje skloni ovom vrednosnom obrascu od proseka populacije. Kada je u pitanju verska tolerancija i nacionalizam, minimalno se razlikuju po podatku da imaju nešto ispod proseka verski netolerantnih i nacionalistički nastrojenih pripadnika. U odnosu prema decentralizaciji situacija je slična kao i kod dve prethodne vrednosti, nešto ispod proseka u strukturi svojih članova imaju one ispitanike koje definišemo kao centraliste. Dve ključne dimenzije po kojima se razlikuju u odnosu na ostale grupe tiču se visokog stepena konformizma koji imaju njeni članovi, a pre svega isključiv stav prema bilo kakvim oblicima regionalizacije i proširenja ovog koncepta u političkoj i državnoj praksi. Onih koje definišemo kao neregionalisti ima čak 96% što je i najznačajnije obeležje čitave grupe.

## IZBORNE ORIJENTACIJE GRAĐANA SRBIJE OD 2000. GODINE

Đorđe Vuković, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

U cilju pravljenja adekvatne hronologije svih dešavanja na planu izbornih orijentacija građana Srbije i na osnovu toga formiranja partijskog sistema koristimo dva različita tipa podataka. Jedan čine podaci iz izbornih procesa koji su se dešavali u poslednjih četrnaest godina, dok je drugi niz podataka vezan za podatke iz istraživanja javnog mnjenja građana Srbije u istom vremenskom periodu. Imajući u vidu da se izborni procesi u Srbiji održavaju na četiri različita nivoa, uputno je izdvojiti republički nivo kao najznačajniji za praćenje promena izborne orijentacije. U cilju pravljenja hronologije promene izbornih orijentacija, podaci iz javnomnjenjskih istraživanja koristeće se u onim periodima u kojima nije bilo parlamentarnih izbora. Treba napomenuti da istraživanja javnog mnjenja kao naučni metod imaju određeni stepen greške i da javnomnjenjska istraživanja beleže trenutna raspoloženja birača, a ona su se značajno menjala, čak i u jednoj kalendarskoj godini. Stoga će se kao podaci iz javnomnjenjskih istraživanja za jednu godinu uzimati oni koji mogu da karakterišu najznačajnije promene.

Osim objašnjenja o tipu podataka koje koristimo neophodno je ukazati i na jednu činjenicu koja prati sve analize vezane za birače i njihova opredeljenja u Srbiji. Između broja birača koji se pominje u biračkom spisku i broja birača koji su zaista prisutni u zemlji postoje značajna odstupanja. Prema brojkama koje možemo naći u biračkom spisku u Srbiji ima oko 6,7 miliona birača, dok sve analize<sup>51</sup> upućuju da je broj birača koji je zaista prisutan u Srbiji oko 5,5 miliona. Osim određenih propusta koji se mogu pripisati lošem vođenju biračkog spiska, ovakva razlika u brojevima prevashodno je određena karakterom navedenih podataka. Naime, broj birača u biračkom spisku jeste pravno stanje, dok je broj birača koji su prisutni u Srbiji realno stanje. U strukturi te razlike najveći broj birača čine oni koji su državljani Srbije, a u dužem vremenskom periodu žive u inostranstvu.

Poslednja u nizu napomena odnosi se i na činjenicu da će se pratiti i promene koje su nastale u polju izborne regulative. One su važne jer značajno mogu uticati na same izborne skorove stranaka i na proces formiranja izvršne vlasti.

### Parlamentarni izbori 2000. godine

U turomnim vremenima koja prate dešavanja posle oktobarskih događaja došlo je do značajnih promena u izbornom sistemu kojim se određuje izbor narodnih poslanika. U periodu od oktobarskih dešavanja pa do decembarskih izbora, formirana je prelazna Vlada koju su činili predstavnici Socijalističke partije Srbije (SPS), Srpskog pokreta obnove (SPO) i koalicije Demokratska opozicija Srbije (DOS). Promena raspoloženja biračkog tela, kao i očekivanja o demotivisanju birača čije su stranke izgubile prethodne predsedničke i savezne izbore (SPS i SRS), učinile su da dođe do promene izbornih procedura. Tada postojeći izborni sistem doveo bi do još lošijeg rezultata u broju mandata od onog koji je ostvaren na decembarskim izborima za ove dve stranke. Stoga je i logična bila procena da je neophodno ići u pravcu promene izborne formule, a za realizaciju te odluke postojala je skupštinska većina. Predlog o promeni je inicirao lider radikala Vojislav Šešelj,

<sup>51</sup> Istraživački podaci iz CeSID-ovih istraživanja pokazuju da više od 20% građana nisu prisutni u zemlji.

a podrška je dobijena od tada tri najveće parlamentarne grupe SPS-a, SRS-a i SPO-a. Proporcionalni izborni sistem, sa jednom izbornom jedinicom i cenzusom od 5% nije značajno de/favorizovao ni jednu od etabliranih političkih stranaka, pa stoga i ne treba da čudi njegovo opstajanje u nekoliko izbornih ciklusa.

Uz sve rezerve, koje treba imati kada je u vidu ovakvo upoređivanje podataka, izlaznost na republičkim izborima 2000. godine je bila niža za skoro milion birača od one sa saveznih izbora iz septembra iste godine. Očigledno je da su pristalice nekadašnjih stranaka režima bile nisko motivisane da participiraju u ovom izbornom procesu i to se očitava i u izbornom rezultatu stranaka koje su činile pređašnji režim.

Na decembarskim izborima 2000. godine samo su četiri liste ušle u parlament. Kao i pre deset godina, izborni rezultat je obeležen rezultatom koalicije DOS, koja je postala predominantna politička opcija, osvojivši 64,4 odsto glasova i 70,4 odsto mandata. To je ovoj koaliciji omogućilo da samostalno formira izvršnu vlast. Osim nje u parlament su ušle i lista SPS (13,5 odsto glasova i 14,8 odsto mandata), SRS (8,5 odsto glasova i 9,2 odsto mandata) i Stranka srpskog jedinstva - SSJ (5,3 odsto glasova i 5,6 odsto mandata). Ovako iskazane izborne orijentacije i na njima zasnovana partijska scena nisu bile dugog veka. Neposredno pre izbora i u toku izborne kampanje naslućivalo se da će koalicija DOS imati problema da održi svoju homogenost, a time i stabilnost izvršne vlasti koja je iz nje proistekla.

*Tabela 16: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u decembru 2000.godine*

DOS	SPS	SRS	SSJ	OSTALI
64.40%	13.50%	8.50%	5.30%	8.3%

### **Neizborna 2001. i 2002. godina<sup>52</sup> – javnomnjenjska istraživanja**

Promene na partijskoj sceni, kao i pravci novog pregrupisanja, već početkom 2001. godine obeleženi su podelama i faktičkim raspadom koalicije DOS. Ključna linija podela se odigravala između dve najjače stranke ove koalicije - Demokratske stranke Srbije (DSS) i Demokratske stranke (DS), a personifikacija ove podela je odnos između Vojislava Koštunice, tadašnjeg Predsednika SRJ i Zorana Đinđića, tadašnjeg Predsednika Vlade Srbije. Ako kao prvu mernu tačku uzmemo proleće 2001. godine, primetno je da DSS tada predstavlja stranku koja ima najveće poverenje građana Srbije. U istraživanju iz maja te godine skoro 50 odsto izbornopredeljenih je stalo uz ovu stranku. Drugu po snazi stranku čini DS, koji je u istom istraživanju meren sa skoro duplo manjim skorom od 26 odsto. Potom slede SPS koja ima 12 odsto opredeljenih ispitanika i SRS sa 7 odsto opredeljenih.

Sledeći presek „stanja“ izbornih orijentacija, pokazuje da je godinu dana kasnije, došlo do promena u raspoloženju birača. Naime, značajno je opao rejting DSS, dok je DS uspeo da održi svoj rejting, što je dovelo do približavanja snaga ovih dveju stranaka, na nivou od trećine izbornopredeljenih. SPS je uspeo da povрати deo svojih pristalica i njihov porast je vidljiv i u povećanju broja onih koji pristaju uz ovu stranku. Od preostale partijske scene SRS je „tavorio“ na dnu, držeći glavu iznad zakonski propisanog cenzusa (oko 7 odsto).

<sup>52</sup> Neizborne su godine, jer u tim godinama nije bilo republičkih parlamentarnih izbora.

Ove podatke treba gledati i u kontekstu promena broja onih koji su bili spremni da nam kažu svoj politički izbor. U maju 2001. godine procenat izbornu opredeljenih bio je za 10% veći nego u istraživanju iz 2002. godine. Osnovan je zaključak da se biračko telo DSS u ovom periodu nije „prelilo” prema drugim partijama, već su svoj politički stav krili ili sebe videli u apstinenciji.

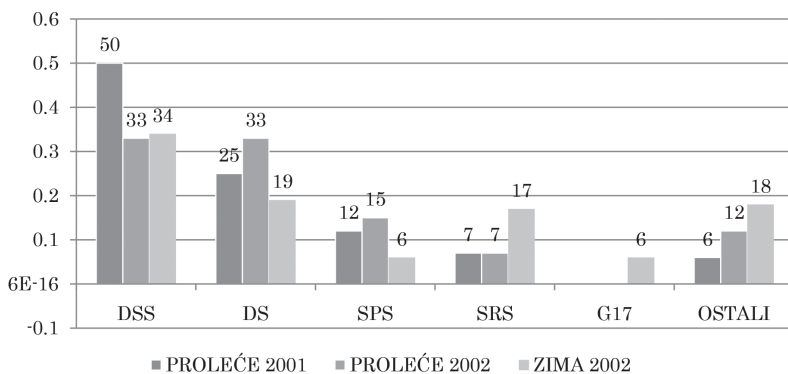
Tokom 2002. godine dva su događaja dovela do promena u izbornim orijentacijama ispitanika i dala su značajan impuls formiranju partijske scene Srbije.

Dva ciklusa izbora za predsednika Srbije, u septembru i decembru, nisu uspešno dovedena do kraja, jer nije ispunjena zakonski predviđena obaveza da se na biralištima pojavi polovina od ukupnog broja upisanih birača. U izbornom sukobu koji se odigravao između kandidata DSS-a Vojislava Koštunice i kandidata koji je predstavljao ostatak koalicije DOS, Miroljuba Labusa, najveću korist je imao neko treći, a to je kandidat SRS Vojislav Šešelj. Sa osvojenih 850.000 glasova u septembru imao je potencijal da onemogući da izborni proces uspe, te je svoje glasače pozvao na bojkot drugog izbornog kruga. U ponovljenom izbornom procesu, iako je bilo izvesno da neće biti izabran predsednik Srbije, Vojislav Šešelj je uspeo da podigne svoj izborni skor za više od 200.000 glasova (sa 850.000 na 1.060.000 glasova). Ovakav izborni rezultat je njegovu stranku iz zone cenzusa, već u sledećoj godini, preveo u status najjače stranke u zemlji. Uspon SRS, po sistemu spojenih sudova, jer se radi o strankama koje crpe glasove iz sličnog biračkog tela, prati trend opadanja pristalica SPS-a.

Drugi podsticaj formiranju partijske scene Srbije došao je u vidu formiranja nove političke opcije, G17 plus (G17). Iz civilnog polja, gde je bila nevladina organizacija sa ekspertskim znanjima, krajem 2002. godine, ova organizacija prelazi u političko polje. Lider ove nove političke opcije je kandidat ostatka DOS-a na septembarskim izborima Miroljub Labus. Formiranje ove političke opcije značajno utiče na rejting DS. Istraživački podaci iz decembra te godine, pokazuju da je ova stranka izgubila značajan broj izbornu orijentisanih, što se poklapa sa porastom podrške G17 plus.

Stoga u istraživanju iz decembra 2002. godine na partijskoj sceni Srbije postoji pet relevantnih opcija, poredanih po snazi, DSS (34 odsto), DS (19 odsto), SRS (17 odsto), G17 (6 odsto) i SPS (6 odsto).

Grafikon 16: Promene u izbornoj orijentaciji tokom 2001 i 2002 godine (u %)

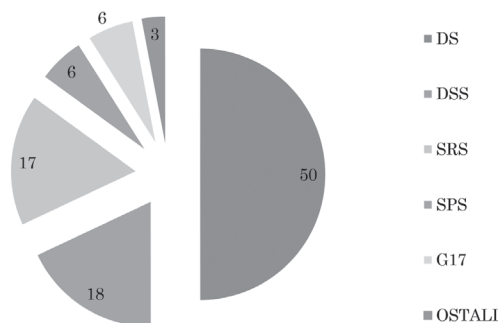


## Izborna 2003. godina – javnomnjenjsko istraživanje i parlamentarni izbori

Kao i u 2002., tako su se i u 2003. godini, izborne orijentacije građana menjale, što je značajno uticalo na poziciju pojedinih stranaka u partijskom sistemu. Imajući u vidu da su se izbori održali u poslednjoj nedelji te godine, osim podataka sa izbora (da bi se uočile promene u izbornim orijentacijama), koristićemo i podatke iz javnomnjenjskih istraživanja. U toj burnoj godini, tri su događaja obeležila polje političku-partijskog sistema.

Ubistvo premijera Zorana Đinđića, koji je bio ključna figura DS-a dominantno je obeležilo polje izbornih opredeljenja građana Srbije. Istraživanje koje je sprovedeno u periodu neposredno po njegovom ubistvu, vinulo je rejting DS, do visina koje ova stranka nije dostigla ni u godinama koje slede. U tom merenju raspoloženja birača više od polovine orijentisanih ispitanika je reklo da bi svoj glas poverilo upravo ovoj stranci. To je, s druge strane, učinilo da dođe do smanjenja broja onih koji pokazuju izbornu orijentaciju ka DSS-u (pad na ispod petine populacije) i ka G17 (na 6 odsto). Jedino je rejting SRS ostao na pređašnjem nivou (17 odsto), dok je SPS i dalje *kuburio* na ivici cenzusa (6%).

Grafikon 17: Izorno raspoloženje građana u rano leto 2003. godine (u %)



Da pojedinačni događaji ne mogu trajno da menjaju raspoloženja birača, videlo se u događajima koji su usledili. Naime, drugu značajnu tačku u promenama opredeljenja birača imamo u kasno leto te iste godine. Vladajuća koalicija, odnosno Vlada koju ona predstavlja, biva označena kao korupcionaška i na njen račun se iznosi set afera. U tom procesu prednjače G17 i DSS, te se tako menja i rejting ovih dveju stranaka. U septembarskom merenju raspoloženja birača, dolazi do takve preraspodele izbornu orijentisanih da sve četiri stranke (DS, DSS, SRS i G17) imaju priližno sličan rejting u skupini izbornu orijentisanih.

U izornoj godini, ključna je struktura partijske scene koja nastaje na osnovu izbornih rezultata. Kao uvodna tačka ovom procesu, održani su treći izbori na kojima ponovo nije došlo do izbora predsednika Republike. Kao i u prethodna dva ciklusa, najveći dobitnik ovih izbornih procesa jeste SRS, sada sa novim kandidatom i liderom Tomislavom Nikolićem. U izornoj trci sa kandidatom DS-a Dragoljubom Mićunovićem, uspeo je da osvoji najveći broj glasova i da za 100.000 glasova poboljša rezultat na prethodnim predsedničkim izborima, njegovog prethodnika Šešelja.<sup>53</sup> Ovakav rezultat je dao vetra u jedra SRS koja je na parlamentarnim izborima mesec dana kasnije (decembar 2003.) postala najveća parlamentarna stranka.

<sup>53</sup> Lošem izbornom rezultatu kandidata DS Dragoljuba Mićunovića „kumovao“ je i poziv lidera DSS Koštunice i G17 Miroljuba Labusa svojim pristalicama da bojkotuju ove izbore.

Parlamentarni izbori iz decembra 2003. godine su pokazali nove pravce u iskazivanju izbornih orijentacija građana Srbije. Šest lista je ušlo u parlament i to: SRS (27,6 odsto glasova i 32,8 odsto mandata), DSS (17,17 odsto glasova i 21,2 odsto mandata), DS (12,6 odsto glasova i 14,8 odsto mandata), G17 plus (11,5 odsto glasova i 13,6 odsto mandata), SPO-NS (7,7 odsto glasova i 8,8 odsto mandata) i SPS (7,6 odsto glasova i 8,8 odsto mandata). U parlamentarni život su ušle dve stranke koje su činile koaliciju SPO-NS, Srpski pokret obnove (SPO) i Nova Srbija (NS). Ovaj izborni proces je obeležio i značajan broj „propalih glasova“, odnosno onih birača koji su glasali za stranke koje nisu zadobile parlamentarni status.

Iako je imala najveći broj poslanika u parlamentu, SRS nije oformila koalicionu vladu, već je to uradila DSS koja je to učinila zajedno sa G17, SPO-NS i manjinskom podrškom SPS.

*Tabela 17: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u decembru 2003. godine*

SRS	DSS	DS	G17	SPO-NS	SPS	OSTALI
27.6%	17.17%	12.6%	11.5%	7.7%	7.6%	15.8%

#### **Neizborne 2004, 2005. i 2006. godina – javnomnjenjska istraživanja**

U ove tri godine kao ključne pokazatelje promena u izbornim opredeljenjima birača imamo podatke iz javnomnjenjskih istraživanja. Osim njih važan impuls partijskoj sceni Srbije dali su i izbori za predsednika Republike (2004.). Usled zakonskih promena u načinu izbora ove institucije, tj. brisanju odredbe o neophodnom broju birača koji treba da se pojave na izborima da bi oni bili validni, bilo je više nego jasno da će se izabrati predsednik Srbije. U junu 2004. godine održani su predsednički izbori, gde su kandidat SRS-a Tomislav Nikolić i DS-a Boris Tadić ušli u drugi izborni krug. U drugom odmeravanju snaga Tadić je odneo pobedu i osvojio mandat predsednika Srbije. Dva su impulsa koja su došla sa ovih izbora i sa dosta uticaja usmerila partijsku scenu Srbije.

Prvi je pojava jednog novog lidera i nove političke opcije, Bogoljuba Karića i stranke Pokret Snaga Srbije (PSS). Ova politička opcija je imala jednako brz politički uspon, ali i jednako brz politički pad, te se za njih može koristiti termin „zvezda padalica“. Ipak, fenomen nastanka ove stranke nije značajan sam po sebi, već je imao trajni uticaj na jednu drugu stranku, DSS. Naime, uspon PSS, u najvećoj meri je išao na uštrb glasova koje je nekada dobijao DSS, ali i druge stranke poput G17 plus i SPS-a. Bez obzira na činjenicu da je u narednim godinama isčezao politički potencijal PSS, sve ove stranke su izgubile značajan broj birača, koje u kasnijim izbornim procesima manje-više nisu uspele da ubeđe da ponovo glasaju za njih. Jednako usmerenja je i drugi važan impuls, koji partijsku scenu Srbije utemeljuje na dva ključna politička takmaca SRS i DS. Iz prirode izbora za predsednika Republike, koja traži identifikaciju u pojedincu menjao se i odnos birača prema strankama. Ove dve stranke od tada dominiraju partijskom scenom Srbije, sa činjenicom da bez jedne od te dve stranke nije moguće formirati parlamentarnu većinu.

Istraživanje iz avgusta te godine pokazuje da je politička snaga dveju najvećih političkih stranaka na istom nivou, odnosno da SRS i DS u tom trenutku beleže po 33 odsto izbornu opredeljenih ispitanika. Za političku poziciju treće stranke, bore se DSS i PSS, gde ova prva ima rejting od 12 odsto, a druga od 10 odsto izbornu opredeljenih. Osim njih još

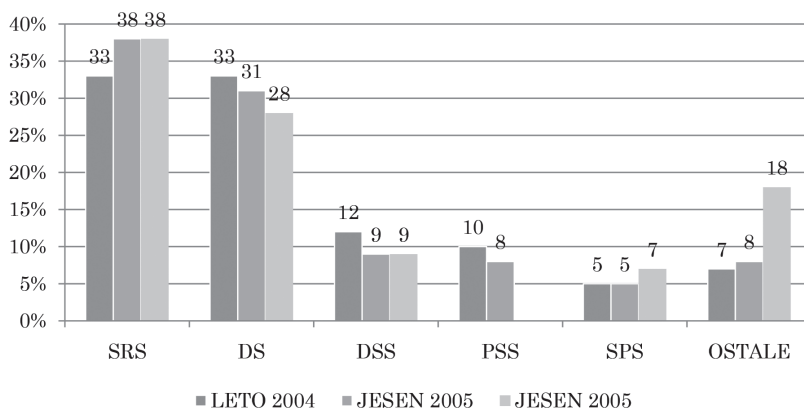


je samo SPS stranka koja ima relevantno uporište u kategoriji izbornu opredeljenih (6 odsto). Sve ostale političke opcije nalaze se ispod 5 odsto od procenta onih ispitanika koji su se opredelili za stranku u istraživanju.

I u toku 2005., trend koji je uspostavljen u 2004. godini se nije značajno promenio. Podaci iz septembarskog istraživanja te godine pokazuju da se politički uticaj dvojca SRS i DS stabilizovao, s tim da je u tom trenutku SRS imao 38 odsto izbornu opredeljenih, dok je rejting DS bio niži i iznosio je 31 odsto. Za političku poziciju trećeg na partijskoj sceni Srbije opet su konkurisali DSS i PSS, s tim da je primetno da obe političke stranke gube značajan broj birača. Pad je i kod jednih i kod drugih jednak, tako da u relativnim odnosima ostaje ista razlika. DSS ima devet odsto izbornu orijentisanih, a PSS osam odsto onih koji kažu da bi za ovu stranku glasali na sledećim izborima. Kao i u istraživanju iz 2004. godine, još samo SPS drži glavu iznad cenzusa, dok su sve ostale stranke ispod „magičnih“ 5%.

U toku 2006. godine, došlo je do potpunog slabljenja uticaja PSS u kategoriji izbornu orijentisanih. Ovaj proces je povezan sa sudbinom lidera ove političke opcije i njegovim bekstvom iz zemlje<sup>54</sup>. Osim toga, na političkoj sceni se pojavljuje još jedna politička opcija koja ima relevantan politički uticaj, Liberalno demokratska stranka (LDP) sa liderom Čedomirom Jovanovićem<sup>55</sup>. Stoga se, kada je u pitanju rejting stranaka beleže sledeći podaci. Na vrhu tabele leadersku poziciju zadržava SRS sa 38 odsto, dok je DS znatno zaostajao sa 28% izbornu opredeljenih. Osim njih, još su sa 9 odsto DSS i 7 odsto SPS imali rejting u izbornu opredeljenima, dovoljan da se mogu smatrati parlamentarnim akterima. Ipak, u ovom istraživanju zapažen je veliki broj neodlučnih ispitanika, što će se pokazati kao ključno u definisanju partijske scene posle parlamentarnih izbora 2007. godine.

Grafikon 18: Promene u izbornoj orijentaciji tokom 2004., 2005. i 2006. godine (u %)



<sup>54</sup> Usled pokretanja procesa u vezi sa finansijkim poslovanje njegove firme MOBTEL.

<sup>55</sup> Ova politička opcija nastaje usled unutarstranačkog sukoba u DS-u, u kome Jovanović napušta ovu stranku i sa značajnom grupom članova i funkcionera DS osniva novu stranku.



## Izborne 2007. i 2008. godina – parlamentarni izbori

Tri neizborne godine nisu dovele do stabilizacije izbornih orijentacija, odnosno partijske scene Srbije. U javnomnjenjskim istraživanjima beležili smo promene u okviru preraspodele biračkih opredeljenja, uspone i padove pojedinih stranaka, pojavu novih političkih opcija i sl. Dva izborna ciklusa iz 2007. i 2008. godine su formalno promenila partijsku scenu Srbiju, tako da je došlo do značajnih promena u parlamentarno-partijskoj strukturi.

Uprkos što su ga uslovile promene Ustava Srbije iz 2006. godine, izborni proces iz 2007. godine je vanredni, jer je mandat poslanika prekinut skoro godinu dana ranije. Izbore iz januara te godine, pratila je izrazito duga izborna kampanja, koja je na neki način trajala od usvajanja Ustava, a svoju kulminaciju dobila od septembra 2006. godine. Ovaj izborni proces praćen je i promenama u izbornom zakonodavstvu, gde je za stranke koje zastupaju interese nacionalnih manjina uveden princip pozitivne diskriminacije. Na prethodnim izborima, nepostojanje ovakvog zakonskog rešenja ostavio je van parlamenta predstavnike nacionalnih manjina. Zahvaljujući ovoj promeni, kao predstavnici stranaka manjinskih zajednica u parlamentu se pojavilo osam poslanika (tri Mađara, dva Bošnjaka, dva Roma i Albanac). U izbornoj utakmici „velikih stranaka“ trendovi koji su beleženi u istraživanjima nisu se bitno promenili. SRS je dominaciju iz istraživanja potvrdio izbornim rezultatom, gde je sa 28,6 odsto glasova osvojio 32.4 odsto mandata. Drugu političku snagu predstavlja DS koja je osvojila 22.71 odsto glasova i 25.6 odsto mandata. Potom sledi DSS sa novim koalicionim partnerom NS (16.55 odsto glasova i 18.8 odsto mandata), G17 (6.82 odsto glasova i 7.6 odsto mandata), SPS (5.64 odsto glasova i 6.4 odsto mandata) i LDP (5.31 odsto glasova i 6 odsto mandata). Značajnije promene u izbornoj orijentaciji birača, desile su se kod dve stranke - DSS i G17 plus. Za razliku od obima podrške koju su imali u istraživanjima iz prethodne godine, obe stranke su u izbornom procesu napravile znatno bolji rezultat. Deo razumevanja ove činjenice može se pronaći u smanjenju broja izbornorijentisanih ka PSS-u. To je, sa druge strane, ovim dvema strankama omogućilo da povrate deo nekadašnjih pristalica i dovedu sebe u status relevantnih političkih stranaka.

*Tabela 18: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u januaru 2007. godine*

SRS	DS	DSS-NS	G17	SPS	LDP	OSTALI
28.6%	22.71%	16.55%	6.82%	5.64%	5.31%	14.37%

Nova preraspodela političkog spektra definisala je i nove koalicije koje su bile neophodne za formiranje skupštinske većine i samim tim izvršne vlasti. Vladajuću koaliciju sada čine DS, DSS, G17 plus kao i poslanici stranaka nacionalnih manjina. Sam proces stvaranje ove koalicije je dugo trajao, što se ne može reći i za njenu dugovečnost. Trvenja na relaciji DS-DSS dovela su do kraha te koalicije i do raspisivanja izbora koji su se održali u maju 2008. godine.

Kao uvod u ovaj izborni proces održani su izbori za predsednika Srbije u januaru, odnosno drugi izborni krug u februaru te godine. Kao i na izborima pre četiri godine, ključna politička borba održana je između kandidata SRS Nikolića i DS Tadića. U drugom izbornom krugu Tadić je sa manje od 100.000 glasova razlike osvojio mandat predsednika Republike.

Parlamentarni izbori su obeleženi političkom borbom SRS i liste Za Evropsku Srbiju – ZES (koalicije koju predvodi DS). Preizborna istraživanja su beležila da je rejting ovih dveju opcija na približno istom nivou, međutim izborna kampanja je dovela do značajne razlike u korist ZES-a. Ova koalicija je osvojila 38.4 odsto glasova i 40.8 odsto mandata, potom sledi SRS (29.45 odsto glasova i 31.2 odsto mandata), DSS-NS (11.61 odsto glasova i 12 odsto mandata), koalicija SPS/PUPS/JS (7.58 odsto glasova i 8 odsto mandata) i LDP (5.24 odsto glasova i 5.2 odsto mandata). Kod manjinskih stranaka je situacija ostala nepromenjena (četiri Mađara, dva Bošnjaka i Albanac), dok sada romske stranke nisu zadobile ni jedno mesto u parlamentu.

Novi koalicioni dogovor, neophodan za formiranje parlamentarne većine, napravljen je između koalicije ZES i koalicije SPS/PUPS/JS, uz pomoć predstavnika manjinskih stranaka. Shodno retorici i ključnim porukama koje su stranke iznele u periodu pre i u toku izborne kampanje, pristanak koalicije oko SPS da uđe u ovu koaliciju može se smatrati kao velika politička promena.

*Tabela 19: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u maju 2008. godine*

ZES	SRS	DSS-NS	SPS-PUPS-JS	LDP	OSTALI
38.4%	29.45%	11.61%	7.58%	5.24%	7.72%

### **Neizborna 2009., 2010. i 2011. godina - javnomnenska istraživanja**

Izborne orijentacije građana u ovim godinama moguće je pratiti samo putem javnomnenskih istraživanja, jer je period od 2008. do 2012. godine obeležen odsustvom izbora. Radi poređenja uzimamo istraživanja koja su se sprovela u oktobru 2008., septembru 2009., septembru 2010. i novembru 2011. godine.

Jedan događaj je u velikoj meri izmenio partijsku scenu Srbije u drugoj polovini 2008. godine. Naime, došlo je do podela u okviru SRS, gde su biračke preference podeljene na dva nova aktera, *stari* SRS i novonastalu Srpsku naprednu stranku (SNS). Rascep koji se odigrao u SRS doveo je do stvaranje dve relevantne političke opcije. U nalazima koji su dobijeni neposredno po odigravanju ovog događaja SNS je uspela da najveći deo biračkog tela nekadašnje SRS „prebaci“ u svoje polje i njihovo učešće u kategoriji opredeljenih je bilo 25 odsto, dok je SRS imala 7 odsto izbornu opredeljenih. U istraživanju iz septembra 2009. godine beležimo značajan porast snage SNS koji tada iznosi 30 odsto opredeljenih, dok je kod SRS taj procenat nešto smanjen i iznosi 6 odsto izbornu orijentisanih. Podaci iz septembra 2010. godine govore da su obe stranke na približno istom nivou kao i pre godinu dana, prvi na 29%, dok su drugi i dalje na 6%, što ih u tom trenutku čini igračem koji brine o „ispadanju iz lige“. Stvari se ni za jotu nisu promenile u istraživanju iz 2011. godine.

Značajne promene u broju izbornu orijentisanih ispitanika nisu uočljive ni kod stranaka koje su činile vladajuću koaliciju ZES, sve do 2011. godine. U jesen 2008. godine, ova koalicija beleži rejting od 40 odsto izbornu orijentisanih. Godinu dana kasnije dolazi do pada u obimu izborne orijentacije ispitanika i tada ta koalicija ima 36 odsto izbornu orijentisanih. I sledeće godine nije došlo do značajnijeg pada ukupne podrške izbornu orijentisanih

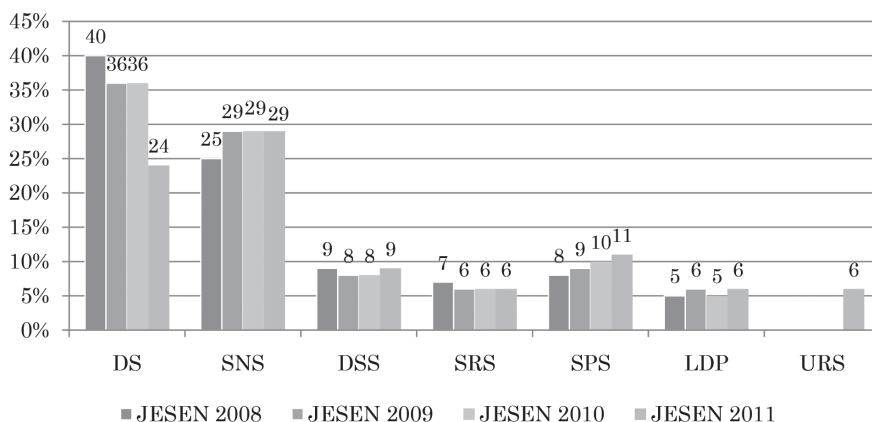
ispitanika, pa DS i dalje beleži stagnaciju sa najvišim rejtingom od svih političkih partija koja iznosi 36 odsto od izbornu orijentisanih ispitanika. Međutim, već u 2011. godini dolazi do značajnih promena kada je u pitanju rejting ove političke partije. Istini za volju, svi prethodni rejtinzi ove stranke su bili vezani za koaliciju koju je okupljala ova stranka. U toj godini dolazi do razlaza sa koalicionim članom G17 koja se ubrzo transformiše u Ujedinjene regione Srbije (URS). U istraživačkim merenjima raspoloženja birača, ova „stara-nova“ opcija URS, nalazi se nešto iznad cenzusa. To je deo glasova kojim se da objasniti umanjen rejting DS. S druge strane, efekti ekonomske krize i načina na koji se vršila vlast u prethodnom periodu dodatno su smanjili broj izbornu orijentisanih koji naginju ka ovoj političkoj opciji.

Dvojac DSS-NS je beležio pad u broju izbornu orijentisanih od oktobra 2008., kada su imali 9 odsto, do septembra 2009. godine kada su imali 8 odsto izbornu opredeljenih. Približavanje političkih stavova između SNS i NS, značio je i definitivni razlaz ove koalicije, tako da rejting DSS u prve dve godine čini zbir koji oni imaju zajedno sa NS, dok su dve poslednje godine u grafikonu ispod obim izbornu orijentisanih koji su vezani isključivo za DSS. To nije značajno promenilo obim podrške koju ima ova politička stranka u četiri javnomnenska istraživanja.

Jedina značajnija promena u obimu izbornu orijentisanih vezana je za drugu koaliciju koja je okupljena oko SPS, a koju osim njih čine PUPS i JS. Ova koalicija ima trend porasta u skupini izbornu orijentisanih, jer su beležili porast od 2008. godine kada su imali 8 odsto, preko 2009. godine kada su imali 9 odsto, 2010. godine kada u skupini izbornu orijentisanih učestvuju sa 10 odsto, pa zaključno sa 2011. godinom kada im procenat izbornu orijentisanih raste na 11 odsto od ukupnog broja izbornu opredeljenih.

Interesantna je pozicija LDP, koji u poslednja dva izborna ciklusa beleži izborni rezultat „tik“ iznad cenzusa, a istraživanja iz ove tri godine pokazuju da se oni nalaze na istom mestu kao i ranije. Relevantna politička stranka, ali obim podrške birača ih drži na ivici od 5 odsto. Sve ostale stranke se nalaze značajno ispod ovog procenta izbornu opredeljenih.

Grafikon 19: Promene u izbornu orijentaciji tokom 2008., 2009. i 2010. godine (u %)



## Izborna 2012. godina - rezultati izbora

Od uvođenja višepartizma 1990. godine ovo je tek druga Vlada koja je „izgurala“ pun mandat. Stoga je vreme održavanja bilo unapred poznato i sve političke stranke su „tempirale“ svoje aktivnosti shodno tom vremenskom okviru. SNS je svoju političku platformu u najvećoj meri usmerila ka DS, odnosno kritici rada ove stranke u prethodnoj vladi. Predizborna kampanja je praćena i čudnom pozicijom koalicije oko SPS-a i URS-a gde su se ove liste postavile kao opozicione, mada su prethodne četiri godine bile važan deo vladajuće izvršne vlasti. Paralelno sa parlamentarnim izborima, tadašnji predsednik Tadić je sebi „skratio“ mandat, te su se stvorile mogućnosti da se održe i predsednički izbori. Ovo je događaj koji će kasnije najvažnije usmeriti pomeranja na partijskoj sceni.

*Tabela 20: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u maju 2012. godine*

SNS	DS	SPS	DSS	LDP	URS	OSTALI
24.04%	22.06%	14.51%	6.99%	6.53%	5.51%	20.36%

U odnosu na raspoloženja koja su „uhvaćena“ kod birača u jesen 2011. godine nije bilo značajnijih promena do samih izbora, kako je to bio slučaj 2008. godine. Najveći broj glasova na izborima 2012. je osvojila koalicija okupljena oko SNS - 24.04 odsto (osvojivši 29.02 odsto mandata), s tim da je od značajnijih stranaka u toj koaliciji važno pomenuti NS koja je dugi niz godina bila koalicioni partner DSS-a. Potom sledi DS sa 22.06 odsto glasova (26.8 odsto mandata) što je i najveći pad birača ukoliko se porede sa rezultatom od pre četiri godine kada je za njih glasalo 38.4 odsto birača (tada u koaliciji sa G17, odnosno URS). Obe ove političke opcije beleže nešto niži rejting od onog koji je meren istraživanjem iz 2011. godine, što se da pripisati i izbornoj kampanji u kojoj je u dobroj meri bilo prisutno negativne i diskvalifikujuće kampanje. Ove dve stranke su u tome prednjačile, a to je onda iskoristio neko treći.

Taj treći jeste koalicija okupljena oko SPS. Ova lista je na izborima osvojila 14,51 odsto glasova (17.6 odsto mandata) i duplirala podršku birača bilo da se radi o apsolutnim brojevima ili o procentima u odnosu na period od pre četiri godine. Pozicija koja odlučuje poput *jezička na vagi* bila je zagantovana ovoj političkoj opciji, a to je značilo i izvesnost njihovog učešća u izvršnoj vlasti. Nosilac vlada od 2004. do 2008. godine, stranka DSS je osvojila 6,99 odsto glasova i time 8.4 odsto mandata. Osim ove stranke izborni prag su prešle LDP sa 6.53 odsto (7.6 odsto mandata) i URS sa 5.51 odsto (6.4 odsto mandata) glasova. Treba napomenuti da se na izbornoj listi LDP nalazila i stranka SPO koja je relevantan politički akter iz koalicije sa NS na izborima 2003. godine.

Jedna od stranaka koja je od 1992. godine bila stalni parlamentarni akter, koja je u dva saziva (2003. i 2007.) imala najveći broj poslanika u parlamentu završila je u ovom izbornom procesu ispod cenzusa. Na ovim izborima je SRS osvojila 4.61 odsto glasova što je nedovoljno da bi ova politička opcija ušla u proces raspodele mandata.

Parlamentarni izbori su bili samo prvo poluvreme izborne trke te godine. U isto vreme kada i parlamentarni izbori održavali su se i izbori za predsednika Republike Srbije. U izbornoj trci je učestvovalo 12 kandidata, a najbolji rezultat su zabeležili kandidat DS Boris Tadić sa osvojenih 25,31 odsto i kandidat SNS-a Tomislav Nikolić sa osvojenih 25.05 odsto glasova. Osim njih, relevantne rezultate su zabeležili i kandidat SPS Ivica Dačić -

14,25 odsto glasova, kandidat DSS Vojislav Koštunica - 7,44 odsto, kandidat URS Zoran Stanković - 6,58 odsto i kandidat LDP Čedomir Jovanović sa 5,03 odsto glasova. Imajući u vidu zakonske odredbe koje predviđaju izbor na funkciju predsednika Republike uz kvalifikovanu apsolutnu većinu, pristupilo se održavanju drugog izbornog kruga dve nedelje kasnije. U njemu su se našla dva prvoplasirana kandidata iz prvog izbornog kruga. U periodu između 6. i 20. maja predstavnici SNS, kao i njihov kandidat Nikolić zasuli su javnost pričom o izbornoj krađi i to „potkrepljivali“ glasačkim materijalom sa biračkih mesta. Ovaj proces nikada nije dobio svoj epilog u institucijama sistema, jer je nadležni tužilac odbacio sve prigovore. Sa sigurnošću se može reći da je ovde reč o propagandnim mahinacijama, a ne o izbornim prekršajima. U drugom izbornom krugu, na opšte iznenađenje pobjednik izbora je kandidat SNS Tomislav Nikolić koji je osvojio 49,54 odsto glasova, dok je njegov protivkandidat Tadić osvojio 47,31 odsto glasova.

Ova okolnost je u najvećoj meri uticala na proces formiranja izvršne vlasti. Koalicija okupljena oko SPS (PUPS i JS) odlučila je da promeni dotadašnjeg koalicionog partnera DS i napravila je novu vladajuću većinu sa strankama okupljenim oko SNS. Za ovu koaliciju našli su i neophodnog partnera u URS-u, tako da je većina u skupštini bila oformljena. Za predsednika nove Vlade biva izabran lider socijalista Ivica Dačić.

### **Neizborna 2013. godina – javnomnjenjska istraživanja**

Nova izvršna vlast i učešće SNS-a u njoj bitno menjaju partijski sistem koji se izvesno vreme ustabilio u Srbiji. Imajući u vidu da su se izbori održali u prvoj polovini 2012. godine, u procesu praćenja promena na izbornoj i partijskoj sceni Srbije koristićemo dva istraživanja, iz decembra 2012. i decembra 2013. godine.

Nekoliko bitnih događaja menjalo je odnos građana prema političkim strankama, a samim tim i njihove izborne orijentacije. Ulaskom u izvršnu vlast SNS je dobio značajno povećanje u biračkom telu, ali najveći napredak u kategoriji izbornorijentisanih koji daju poverenje ovoj političkoj stranci desio se u drugoj polovini 2012. godine. Tada se naime, poveo istražni, a potom i sudski proces protiv Miroslava Miškovića, najuticajnijeg *tajkuna* u Srbiji. Od tog trenutka, SNS je dostigla procenat izbornorijentisanih koji prelazi 40 odsto, jer je očigledno to motivisalo deo birača da svoje poverenje daju ovoj stranci. Ovaj obim podrške se od kraja 2012. godine nije značajnije menjao sve do izbora 2014. godine.

S druge strane, nivo poverenja koji je lista oko SPS zadobila na izborima nije se značajnije menjao u periodu do izbora 2014. godine. Ova politička opcija je sa malim oscilacijama u kontinuitetu beležila političke rejtinge koji su bili dvocifreni, ali nisu prelazili podršku od 15 odsto izbornorijentisanih birača. U sastav nove Vlade ova koalicija je ušla uz podršku URS, koji je takođe beležio rejtinge koji su bili na nivou njihovog izbornog rezultata iz 2012. godine. Međutim, u leto 2013. godine došlo je do rekonstrukcije Vlade, gde je iz redova vladajuće koalicije izbačen URS. U međuvremenu, značajan deo drugih stranaka je pristupio vladajućoj većini (SDPS, SPO, DHSS...) što je učinilo nepotrebnim podršku ove opcije za formiranje vladajuće većine. Od tada URS beleži značajno lošije skorove u kategoriji izbornorijentisanih birača i nalaze se na ivici prepoznatljivosti kao politička opcija koja ima 2 odsto podrške izbornorijentisanih.

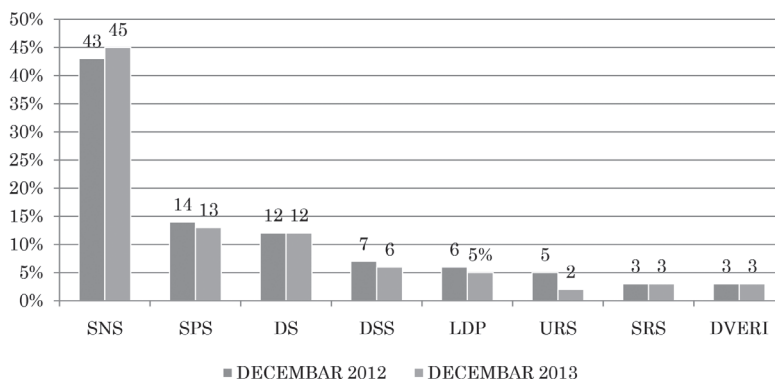
Kada je u pitanju obim podrške koju ima DS stvari su se po ovu stranku dramatično pogoršale. Došlo je do naglih promena u obimu poverenja građana u ovu stranku i već

krajem 2012., pa sve do proleća 2014. godine, ova stranka beleži podršku od 10 do 12 odsto izbornu orijentisanih građana. U danima neposredno pre raspisivanja parlamentarnih izbora došlo je do značajnih promena u okviru same stranke. Naime, bivši predsednik države Tadić izgubio je poziciju lidera stranke u 2012., a pred same izbore napustio je stranku i osnovao novu političku opciju Novu demokratsku stranku (NDS). To je svakako značajno uticalo na promene rejtinga DS što će se videti i u izbornom rezultatu na izborima 2014. godine.

Od preostalih političkih opcija primetno je da se iznad granice izbornog cenzusa drže dve stranke DSS i LDP, ali je primetan i trend opadanja broja izbornu orijentisanih ispitanika ka ovim strankama. Dve političke opcije koje su na prethodnim izborima ostale ispod cenzusa, ali ih s obzirom na osvojeni broj glasova možemo smatrati relevantnim - SRS i DVERI beležile su skor od 3 odsto izbornu orijentisanih u dužem vremenskom periodu.

Sa ovako strukturiranom partijskom scenom dočekani su vanredni parlamentarni izbori u martu 2014. godine.

Grafikon 20: Izborne orijentacije u 2012. i 2013. godini (u %)



### Izborna 2014. godina - rezultati izbora

Raspisivanje vanrednih parlamentarnih izbora u 2014. godini najavljivano je duži niz vremena, a signali o tome da će biti raspisani počeli su da dolaze neposredno po procesu rekonstrukcije Vlade iz septembra 2013. godine. Na ovaj korak se odlučila najveća stranka vladajuće koalicije (SNS), najverovatnije vođena idejom o kapitalizaciji rejtinga koji se duži niz vremena beležio u javnomnjenjskim istraživanjima.

Tabela 21: Procenat osvojenih glasova stranaka na izborima u martu 2014. godine

SNS	SPS	DS	NDS	OSTALI
48.35%	13.49%	6.03%	5.7%	26.43%

U tom nastojanju naprednjaci su bili izuzetno uspešni. Na parlamentarnim izborima 2014. godine osvojili su 48.35 odsto glasova od ukupnog broja izašlih. Istini za volju, izlaz-

nost birača je bila nešto niža u odnosu na nekoliko prethodnih parlamentarnih izbornih ciklusa - na njima se pojavilo 3.592.000 birača, što čini oko 53 odsto birača upisanih u birački spisak. To ni na koji način ne umanjuje činjenicu da su naprednjaci ostvarili jednu od najubjedljivijih pobjeda u istoriji srpskog višepartizma. Zahvaljujući ovom procentu glasova i povećanom broju stranaka koje nisu prešle cenzus zadobili su 63,2 odsto mandata u parlamentu.

Socijalisti, odnosno koalicija okupljena oko njih osvojila je 13,49 odsto glasova što ih u procentima čini bliskim rezultatu od pre godinu i po dana, ali su zadobili u apsolutnim brojevima nešto manji broj birača. Kao i u slučaju SNS, efekat stranaka koje nisu prešle cenzus omogućio je ovoj koaliciji da u parlamentu ima jednak broj mandata kao i pre godinu i po dana - 17,6 odsto. Ono što sada menja situaciju u vezi sa ovom koalicijom jeste činjenica da od njihove političke volje ne zavisi proces formiranja izvršne vlasti.

Slabljenje podrške izbornu orijentisanih građana koja je kod DS zabeležena u istraživanjima javnog mnjenja u 2012. i 2013. godini zadobila je potvrdu i u samom izbornom ponašanju. Trend koji je beležen od izbora 2012. godine nije se promenio ni na izborima 2014. godine. Ukoliko posmatramo samo DS, taj rezultat je neuporedivo lošiji u odnosu na one rejtinge koje je ova stranka imala u istraživanjima javnog mnjenja. Sada je ona osvojila 6,03 odsto glasova i zahvaljujući tome 7,6 odsto mandata u parlamentu. Međutim, pred sam izborni proces došlo je do značajnih promena u okviru same stranke, te rezultat DS treba posmatrati i kroz rezultat NDS. Ova nova politička opcija, predvođena B. Tadićem, osvojila je 5,7 odsto glasova i 7,2 odsto mandata u parlamentu. Uz sve rezerve prema takvoj analizi, zbirno su ove dve političke opcije osvojile oko 12 odsto glasova, što je blisko i trendovima koji su nađeni u javnomnjenjskim istraživanjima. Ne treba smetnuti sa uma, da ove podatke treba tretirati i u kontekstu koalicije NDS sa regionalnom strankom Ligom socijaldemokrata Vojvodine (LSDV). Činjenica da ova stranka ima relevantan broj glasova dodatno umanjuje izborni skor DS-a, odnosno NDS-a.

Verovatno najveće iznenađenje izbornog procesa 2014. godine jeste činjenica da značajan broj stranaka, koje su u prethodnim sazivima bile parlamentarne, sada nisu prešle izborni prag. Ukoliko govorimo o procentu glasova koji čine zbir stranaka koje su ostale ispod cenzusa i broju nevažećim glasova, što čini okvir za preraspodelu mandata, mi govorimo o skoro 23 odsto glasalih birača. Najpre, dve relevantne izborne ponude, DVERI i SRS, nisu ni 2014., kao ni 2012. godine ušle u parlament. Oni su sada osvojili i znatno manji broj glasova nego pre godinu i po dana, s tim da je pad SRS značajno dublji nego pad DVERI. Kada su u pitanju stranke koje su imale parlamentarni status, najveći pad se desio kod URS-a koji je osvojio samo 2 odsto podrške birača, što je trend koji je dobijen javnomnjenjskim istraživanjima. Ono što predstavlja promenu u raspoloženju birača, „okretanje od malih stranaka“, čini se da je najviše koštalo DSS i LDP. Naime, ove političke opcije su u istraživanjima imali rejtinge koji su govorili o broju izbornu orijentisanih od oko 5 odsto, ali je očigledno da se jedan broj birača predomislio, bilo da je u pitanju izborna participacija, bilo da je u pitanju promena izborne orijentacije. Stoga je DSS osvojila 4,24 odsto glasova, a LDP 3,36 odsto glasova.

Nova partijska scena Srbije, dovela je do mogućnosti da posle dužeg niza vremena jedna izborna lista, odnosno stranka može sama da formira Vladu. Međutim, SNS sa svojim liderom Aleksandrom Vučićem nije iskoristila ovu mogućnost, već je ponudila koalicioni dogovor svojim partnerima iz prethodne vlade socijalistima.



Tako da je formirana nova koaliciona vlada SNS i koalicije okupljene oko SPS sa premijerom A. Vučićem na čelu.

*Napomena: Imajući u vidu da su poslednji parlamentarni izbori izazvali bitna pomeranja na političkoj sceni u Srbiji, autor se u posebnom tekstu bavi razmatranjem izbornih rezultata, posebno analizirajući aspekt promene raspoloženja birača. Tekst pod nazivom "Ranija i trenutna izborna opredeljenja" je sastavni deo ove publikacije.*

## **LITERATURA:**

### **Istraživanja:**

Mihailović, Srećko et al. (2005): Političke podele u Srbiji – pet godina posle, CeSID, Beograd

Mihailović, Srećko et al. (2006): Izgradnja proevropske demokratske kulture kroz jačanje kapaciteta kreatora javnog mnjenja, CeSID, Beograd.

Mihailović, Srećko et. al. (2010): Vrednosti i identiteti građana Srbije u kontekstu evropskih integracija, 1, 2 and 3, Oktobar 2009 – Februar 2010.

Vuković, Đorđe, Čolović, Ivo, Stojiljković, Zoran (2014): Stanje demokratije u Srbiji: demokratija, poverenje i participacija, CeSID/NDI, Beograd



## RANIJA I TRENUTNA IZBORNA OPREDELJENJA

Đorđe Vuković, Centar za slobodne izbore i demokratiju (CeSID)

Parlamentarni izbori 2014. godine doveli su do bitnih pomeranja na partijskoj sceni. Jedna politička opcija je osvojila skoro apsolutnu većinu glasova na izborima i skoro dvotrećinsku većinu mesta u novom sazivu parlamenta. Ovom rezultatu je potrebno dodatno objašnjenje, a jedan od razloga za ovakav uspeh treba tražiti i u promeni raspoloženja birača koji su ranije glasali za druge političke opcije.

Tabela 22: Ranije izborna ponašanja i opredeljenje na martovskim izborima 2014. godine

	SNS	DS	SPS	DSS	NDS	LDP	URS	SRS	DVERI	Neodlučni	Ne bih glasao
Nije glasao	15%		2%		1%	1%				41%	37%
SNS	72%		1%	1%				1%		17%	7%
DS	12%	17%	1%		14%	2%	1%		1%	33%	18%
SPS	12%		63%							12%	12%
DSS	8%			60%						24%	8%
LDP						60%				24%	16%
URS	13%						50%			25%	12%
SRS								67%		11%	22%
DVERI				17%					83%		

U prvoj koloni podela biračkog tela je definisana njihovim ranijim izbornim opredeljenjem, odnosno glasanjem na izborima 2012. godine. U prvom redu su ispitanici podeljeni u grupe shodno njihovoj izbornoj orijentaciji koju su iskazali u javnomnjenjskom istraživanju. Stoga podatke treba čitati po redovima, gde svi oni koji su pre godinu i po dana glasali za pojedinače stranke govore o izbornim orijentacijama u ovom istraživačkom talasu.

Polazimo najpre od onih koji nam kažu da na izborima 2012. godine nisu glasali, ili ne žele da nam kažu za koga su glasali. Najveći deo ovih birača i sada nam kaže da je neodlučan (41%) ili da neće ni glasati (37%). To čini zbirno skoro četiri petine ovih birača. Najveći deo onih koji su apstinirali pre dve godine, ili ne žele da kažu za koga su glasali, a žele da kažu izbornu orijentaciju, orijentisano je ka SNS. Ova stranka ima udeo od 14% u ovoj kategoriji, a sve ostale stranke zajedno tek 4% ovih birača.

Kada je u pitanju glasanje ranijih birača SRS i DVERI, oni pokazuju značajan stepen „odanosti” ranijim izbornim opredeljenjima. Tako je u strukturi nekadašnjih birača DVERI najveći deo njih ostao veran ovoj političkoj opciji, ali imajući u vidu njihov raniji izborni skor to nikako nije bilo dovoljno da oni preskoče izborni cenzus. Slično je i sa pristalicama SRS gde su dve trećine njih pokazivale vernost opciji za koju su ranije glasali, ali ni to nije nikako dovoljno da bi se zadobilo dovoljno glasova da se uđe u proces raspodele mandata. Ključni problem za ove dve političke opcije je činjenica da nisu uspeali da privuku pristalice niti drugih stranaka niti onih koji su apstinirali na predhodnim

izborima. Stoga se istraživački dalo naslutiti da će i jedna i druga politička opcija imati malih mogućnosti da prebaci broj glasova koji je veći od izbornog praga.

Kod birača tri preostale stranke, koje su pokazale relevantnost i kroz istraživanja i kroz izborni rezultat (DSS, LDP i URS) postoje slične tendencije. Kod birača URS samo je polovina njih iskazala odanost ranijem političkom izboru, dok je 37% birača iz ove grupe reklo da ili neće participirati u sledećem izbornom procesu ili nema definisan politički izbor. Problem za ovu političku grupaciju je što je relevantan broj birača iz ove grupe otišao ka drugoj političkoj opciji, njih 13% nagoveštava glasanje za SNS. I ova stranka nije mogla da računa na priliv novih birača iz kategorije izbornih apstinencata, niti na birače koji su ranije glasali za druge stranke, a imajući u vidu njihov rezultat na prošlim izborima bilo je verovatnije da ostvare rezultat koji su im merila izborna istraživanja nego rezultat koji ih plasira u parlament.

Sličan odnos raspodele ranijeg biračkog tela ima i grupa DSS birača. Od onog broja koji je pre godinu i po dana glasao za DSS, vernost ranijoj političkoj opciji je najavljivalo 60% njih, dok je neizlazak na izbore ili neodlučnost kada su u pitanju izborne orijentacije zbirno najavljivalo 32% ispitanika. Jedan deo nekadašnjih birača DSS je iskazao i izborne preferencije ka drugoj političkoj opciji, SNS-u, sa 8% učešća u ovoj skupini birača. S druge strane, zbog specifičnosti politike koju vode, DSS je mogao da računa na 17% glasova onih koji su ranije glasali za DVERI. Ipak, tu se ne radi o velikoj grupi birača (na prošlim izborima oko 4% podrške), a ni rezultat DSS na prošlim izborima nije bio veći od 7%, tako da je sve to dovelo do činjenice da ni ova politička opcija nije ušla u parlament.

Kada su u pitanju nekadašnji glasači LDP njih 60% je najavilo da će imati isti politički izbor kao i na prošlim izborima, dok je 40% ispitanika iz ove grupe najavilo apstinenciju ili nije želelo da iskaže svoju izbornu orijentaciju. Uz minimalan priliv glasova od strane nekadašnjih birača DS (2%) i onih koji nisu glasali 2012. godine (1%) nije se moglo do izbornog praga. Rezultat od 6,5% na prošlim izborima je i posledica koalicije sa SPO-om koje sada nije bilo. Stoga je i ova stranka izgubila parlamentarni status.

Ono što se osnovano može pretpostaviti kod sve tri stranke jeste proces u kome su oni koji su iskazali izbornu neopredeljenost i apstinenciju, ostali dosledni svom stavu i time smanjili mogućnosti bilo koje od tri navedene stranke da pređu izborni prag.

Kada su u pitanju birači SPS pokazalo se da je značajan broj njih (63%) pokazao vernost time što su se ponovo opredelili za istu političku opciju. Ono što se istraživački moglo naslutiti kao loše za ovu političku stranku je činjenica da je skoro svaki osmi nekadašnji birač SPS „otplivio” u vode SNS-a. S druge strane, 24% onih koji su bili neodlučni ili rekli da planiraju apstinenciju su se najverovatnije opredelili za ovu političku opciju. Time je njihov izborni skor nešto lošiji nego na prošlim izborima, ali i dalje dovoljno dobar da budu druga po jačini politička opcija u parlamentu.

Najveće promene su nastale u strukturi nekadašnjih pristalica DS. Najpre, najveći deo onih koji su glasali za ovu političku opciju pre godinu i po dana, njih 51%, sada nam kažu da su neodlučni ili da ne žele da participiraju na izborima. Ono što je još poraznije za ovu političku opciju je činjenica da je samo 17% onih koji su pre dve godine glasali za DS reklo da će ponovo glasati za ovu političku opciju. Ostatak odlivanja glasova bio je usmeren na dve političke opcije, NDS i SNS. Ka NDS je otišlo 14% nekadašnjih pristalica DS, što je i očekivano a obzirom na razlaz sa bivšim liderom ove stranke Tadićem, koji je postao lider

NDS-a. Međutim, svaki osmi birač DS je prešao na *suprotnu* stranu izjavom da planira da glasa za SNS. Sve ovo je dovelo DS na ivicu izbornog cenzusa, a svoj parlamentarni status najverovatnije duguju procesu u kome se jedan procenat onih koji su rekli da razmišljaju za koga da glasaju ili da neće glasati, a ranije su glasali za DS, ipak ponovo glasao za ovu stranku.

Kada je u pitanju NDS, njihov rezultat se da pratiti jedino kroz prizmu da je 14% nekadašnjih birača DS za njih glasalo. Verovatno je i da je jedan broj onih koji su raniji glasači DS, a sada su rekli da su neorijentisani ili da neće glasati, takođe glasao za ovu političku opciju. Da nije bilo tako, verovatno bi izborna noć završila sa samo dve nacionalne izborne liste u parlamentu.

Poslednja u nizu, ali i najinteresantnija, jeste analiza vezana za uspeh SNS. Najpre, ukoliko pogledamo strukturu SNS birača sa prošlih izbora oni pokazuju visok stepen odanosti ovoj političkoj opciji, gde je 72% njih potvrdilo svoj raniji politički izbor. U odnosu na druge političke opcije, minimalan je odliv ka drugim političkim opcijama. Procenat neopredeljenih i onih koji najavljuju apstinenciju je niži u odnosu na skoro sve druge stranke, a najverovatnije je da su se u izbornom danu birači sa ovakvim iskazanim stavovima pojavili i poklonili ponovo svoje poverenje ovoj političkoj opciji. Možemo, uz sve zadržke koje treba imati u vidu, reći da je najveći deo ranijih birača SNS ostao dosledan svom ranijem političkom opredeljenju. Iz analize ponašanja ranijih birača drugih političkih stranaka, videlo se da najveći deo njih, napuštajući raniji politički izbor sada iskazuje svoje izbornopredeljenje ka SNS-u. Takav je slučaj sa 12% ranijih DS-ovaca i SPS-ovaca, 13% URS-ovaca i 8% DSS-ovaca. Ovo je druga velika skupina birača koja je omogućila ovoj političkoj opciji da osvoji skoro polovinu biračkog tela na martovskim izborima 2014. godine. I treći važan deo birača, koji je značajno podigao rejting SNS, kao što smo mogli videti iz analize onih koji su 2012. godine bili apstinentni, dolazi upravo iz te skupine. Verovatno je da je značajan broj onih koji su tada bili apstinenti, a u istraživanju su nam rekli da su neodlučni ili da neće glasati, ipak uzeo učešća na izborima i po svoj prilici u najvećoj meri glasao za SNS. Ovo se moglo naslutiti iz odgovora onih koji su pripadali ovoj kategoriji birača, a bili su spremni da iskažu svoje izborne preference.

Istraživanje je sprovedeno dve nedelje pred izborni dan i trendovi koji su se tada pokazivali nisu se bitno menjali do izbornog dana. Verovatno najveća promena jeste uspeh DS i NDS da mobilišu ranije pristalice. Teško se može reći da li je to uspeh kampanje ove dve stranke ili činjenice da je jedan broj birača ipak delimično krio svoje političke stavove od istraživača. Moguće je i da su se ispitanici ponašali konformistički, jer je DS bila duži niz vremena predmet negativne kampanje, pa su birači smatrali da je socijalno nepoželjan odgovor bliskost ka ovoj političkoj opciji.

19

