

Predsednički izbori u SAD 2012.

Michael Lynch and Erik Herron
**Election Administration
in the United States**

Slaviša Orlović
**Predsednički izbori u SAD 2012:
Obama ili Romni**

Dragan Simić, Dragan Živojinović
**„Može biti samo jedan“:
Predsednički izbori u SAD 2012.
i dva predsednička kandidata**

Siniša Atlagić
**Kampanja pred američke
predsedničke izbore 2012:
Priča o krizi i nesposobnom rivalu**

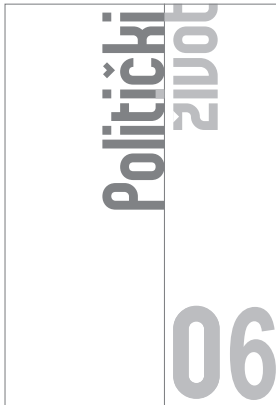
Nina Gorenc
Political Powers is the Power to Persuade

Francuska
Mina Lazarević
**Oland i Sarkozy u kampanji:
Različita shvatanja uloge predsednika**

Crna Gora
Zlatko Vujović
**Parlamentarni izbori u Crnoj Gori 2012:
Novi povratak Đukanovića!**

Bosna i Hercegovina
Goran Marković
Lokalni izbori u Bosni i Hercegovini 2012.

Tema broja
**Predsednički
izbori u SAD
2012.**



Univerzitet u Beogradu
Fakultet političkih nauka



CENTAR ZA
DEMOKRATIJU



СЛУЖБЕНИ
ГЛАСНИК

Politički život

Redakcija

Prof. dr Slaviša Orlović (glavni urednik)
Prof. dr Slobodan Marković

Programski savet

Prof. dr Vukašin Pavlović (predsednik), prof. dr Vučina Vasović,
prof. dr Čedomir Čupić, prof. dr Ilija Vujačić, prof. dr Ratko Božović

Izvršni urednici

Zorica Vidović Paskaš, mr Dušan Spasojević, Jelena Lončar

Izdavači

Centar za demokratiju, Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu
JP *Službeni glasnik*, Beograd

Za izdavače

Prof. dr Ilija Vujačić
Slobodan Gavrilović

Adresa

Jove Ilića 165, Beograd
e-mail: politickizivot@fnpn.bg.ac.rs

Dizajn

Goran Ratković

Tehnički urednik

Jasmina Živković

Lektura i korektura

Ana Đukić, Iva Pivljaković

Odeljenje pretplate

JP Službeni glasnik, Jovana Ristića 1,
tel.: 011/30-60-588, 30-60-359, faks: 011/30-60-571,
e-mail: pretplata@slglasnik.com, www.slglasnik.com

Tiraž

1.000 primeraka

Štampa

Štamparija Glasnik

CIP – Каталогизacija u publikaciji
Народна библиотека Србије, Београд

32

POLITIČKI život : časopis za analizu politike / glavni urednik Slaviša Orlović. – 2012, br. 5 (jun) – . – Beograd (Jove Ilića 165) : Centar za demokratiju Fakulteta političkih nauka : Službeni glasnik, 2012– (Beograd : Glasnik). – 24 cm

Tromesečno.

– je nastavak: Analiza politike = ISSN 2217-6233

ISSN 2217-7000 = Politički život

COBISS.SR-ID 186943756

06

Tema broja: Predsednički izbori u SAD 2012.

Michael S. Lynch and Erik S. Herron Election Administration in the United States	9
Slaviša Orlović Predsednički izbori u SAD 2012: Obama ili Romni	19
Dragan Simić, Dragan Živojinović „Može biti samo jedan“: Predsednički izbori u SAD 2012. i dva predsednička kandidata	31
Siniša Atlagić Kampanja pred američke predsedničke izbore 2012: Priča o krizi i nesposobnom rivalu	45
Nina Gorenc Political Powers is the Power to Persuade	53
Francuska	
Mina Lazarević Oland i Sarkozy u kampanji: Različita shvatanja uloge predsednika	61
Crna Gora	
Zlatko Vujović Parlamentarni izbori u Crnoj Gori 2012: Novi povratak Đukanovića!	71
Bosna i Hercegovina	
Goran Marković Lokalni izbori u Bosni i Hercegovini 2012.	83
Prikaz knjige	
Dušan Pavlović Pol Krugman, Okončajte ovu depresiju. Odmah!	95

Issue theme: Presidential elections in USA

Michael S. Lynch and S. Erik Herron Election Administration in the United States	9
Slaviša Orlović 2012 Presidential elections in USA: Obama or Romney	19
Dragan Simić, Dragan Živojinović "There can be only one": Presidential elections in USA and two presidential candidates	31
Siniša Atlagić Presidential elections campaign: a tale of crisis and the incompetent rival	45
Nina Gorenc Political Powers is the Power to Persuade	53
France	
Mina Lazarević Oland and Sarkozy in campaign: Different understanding of the presidential role	61
Montenegro	
Zlatko Vujović 2012 Parliamentary elections in Montenegro: Djukanović new return!	71
Bosnia and Herzegovina	
Goran Marković Local elections in B&H in 2012	83
Book review	
Dušan Pavlović Paul Krugman, End this depression now!	95

**Tema broja:
Predsednički izbori
u SAD 2012.**

UDC 324(73)"2000..."004.738.4:342.843

Election Administration in the United States

Abstract



Election administration in the United States has been under increased scrutiny, especially since the 2000 presidential election. This article addresses two important aspects of administration: how voters cast ballots and how officials determine who is eligible to vote. Voting technology has changed substantially over the last twelve years, with outdated mechanical voting machines and punch card ballots replaced by optical scan ballots and electronic voting machines. Statutes about how to determine voter eligibility have also been modified and the process has been increasingly politicized. The article evaluates issues in election administration, drawing upon contemporary political science research.

Keywords



Election administration, United States, Voting Technology, Voting Rights

* Michael S. Lynch, Assistant Professor in the Department of Political Science at the University of Kansas

Erik S. Herron, Professor and Associate Chair in the Department of Political Science at the University of Kansas.

On November 7, 2000 George W. Bush and Al Gore faced off in the United States presidential election. As the polls closed, it soon became clear that the results of the election would be extremely close. Bush's 47.9% of the vote helped him carry twenty-nine states, giving him 246 Electoral College votes. Gore garnered 48.4% of the vote, but this plurality of the popular vote only earned him 266 Electoral College votes. The key state of Florida was too close to call, and without Florida and its 25 electoral votes neither candidate had reached the 270 electoral votes needed to claim the presidency.

Over the course of the next thirty-four days, the United States witnessed the most closely watched election recount in its history. The recount exposed numerous problems with election administration in the United States. The punch-card ballots used by many Florida counties were difficult to understand and use. Many voters had filled their ballots out incorrectly, making it impossible for election officials to determine which candidate the voters intended to support. Discussions of butterfly ballots, hanging chads, and manual recount procedures dominated the news for over a month. How these contested ballots should be counted and who should be in charge of counting them led to legal wrangling by both campaigns and countless court cases. These legal challenges culminated in a ruling on the recount by the United States Supreme Court. In a controversial 5–4 decision, the Court stopped the recount, effectively declaring the election for Bush.

Following the 2000 election, scholars have increasingly investigated how administrative practices affect citizens' capacity to gather information and accurately cast their ballots, and how administration could affect election outcomes.¹ At the same time, American political parties recognized the potential impact that administrative practices could have on the outcome

[1] See Stewart 2011 for an overview of voting technology issues, and Wand *et al.*, 2001; Imai and King 2004; Ansolabehere and Stewart III 2005; and Haspel and Knotts 2005 for applications.

of elections and began to consider administrative practices as part of their electoral strategies. Parties pursued changes to the standards for voter registration, voter identification, and methods to cast ballots.

Following the 2012 general elections in the United States, the Organization for Security and Cooperation in Europe issued a report noting that while American elections adhered to international democratic standards, some aspects of electoral management could restrict voting rights.² This article will assess the state of election administration in the United States, drawing upon contemporary political science research. It will speak directly to debates about election technology and voter identification, two of the more controversial issues in the last decade.

Federalism and its Implications for US Elections

Election administration in the US is decentralized and local, in contrast to standard practices in Central and Eastern Europe. While the Constitution provides some rules that all states must follow,³ states determine how elections will be administered for both state and federal elections. Rules about who may register to vote, what parties may contest, how partisans may mobilize voters, where district boundaries lie, how voters cast ballots, and how votes are counted vary substantially among the states. This feature of American democracy creates great variation in election administration across and within states.

While election administration in Central and Eastern European countries tends to feature a hierarchical chain of command led by a national-level electoral commission with subordinate local units, the US Federal Election Commission has limited powers. Its primary responsibility is to oversee campaign finance rules; it does not have authority over many functions in election management common among national electoral commissions elsewhere in the world. The primary responsibility for managing the casting, counting, and allocation processes in the United States fall to state and local agencies which design ballots, maintain voter lists, and certify the results of elections.

National institutions may influence election administration, however. Following the 2000 election recount, Congress passed the Help America Vote Act (HAVA), which sought to replace punch card voting systems and provide consistent elections standards to be used by all states. The Act required states to standardize voter registration processes, poll worker training, and election administration, but implementation of these has been left to the states and different states have interpreted the Act in different ways.

[2] See <http://www.osce.org/odihr/96960>.

[3] While the U.S. Constitution does not specify which citizens have the right the vote, amendments to the Constitution have granted suffrage to specific groups. Amendment XV prevents voting from being denied on account of race, Amendment XIX grants women the right to vote, and Amendment XXVI grants suffrage to those eighteen years of age and older.

Voting Technology

Decentralized administration of American elections is clearly manifested in the technology used to record and tabulate votes. Voting technology varies not just from state-to-state, but from county-to-county.⁴ In 1980, Americans recorded their votes using six primary methods. The most common method, in terms of the number of voters casting ballots, was the mechanical voting machine. Introduced in the late 19th century, mechanical voting machines required voters to manipulate a series of levers corresponding to each election contest. Once all of the levers were in place, pointing to the candidates for whom the voter wished to cast a ballot, the voter would pull a large switch that recorded the vote in the machine. Mechanical voting machines were introduced to reduce vote buying and other forms of fraud, but are large and complicated to operate.

The second most common form of voting machine was the punch card. Voters would use a stylus or other sharp instrument to punch perforated holes in the card corresponding with their favored candidates. The cards would be machine counted. While the tabulation process was accelerated due to the introduction of this technology, it was notorious in the 2000 presidential election because ballots were difficult to interpret when voters did not carefully clear holes in the ballot, leaving so-called "chads", or small pieces of the voting card, in place.

Together, mechanical voting machines and punch card ballot technologies recorded the votes of almost 71% of registered voters in 1980. The remaining 30% of votes were recorded by paper ballots requiring hand tabulation, "Data Vote" technology (similar to punch cards), optical scan ballots allowing voters to mark a paper ballot that is machine-tabulated, and electronic voting machines.⁵

By 2004, the first presidential election year following the codification of HAVA, optical scan ballots and electronic voting machines had replaced aging technologies and were available for almost 65% of American voters. Hand-tabulated paper ballots were virtually eliminated, and most constituencies also discarded punch cards and mechanical machines.⁶ In 2012, punch cards were used in only four counties in the state of Idaho⁷

[4] Counties are sub-state regional units that are comparable to raions in much of Central and Eastern Europe or okruzi in Serbia.

[5] Electronic Data Services collects and publishes data on voting technology and this article uses EDS data. In the EDS data, some counties are identified as using "mixed methods." Because this category is not defined, but involves some combination of voting methods, the proportion of voters using any individual method could be slightly higher. More information is available at: <http://www.electiondataservices.com/>

[6] Mechanical voting machines continued to be used in New York, Louisiana, Virginia, and a few other counties.

[7] See Verified Voting for details (<https://www.verifiedvoting.org/resources/voting-equipment/ess/votamatic/>).

and old mechanical voting machines had been replaced by optical scan or electronic machines.⁸

The transition to optical scan and electronic voting machines has not been without controversy. While some scholars question evidence about the inferior performance of punch card ballots (Miller 2005), research generally supports the superior performance of optical scan ballots (Bullock and Hood 2003; Alvarez, Ansolabehere, and Stewart 2005). However, the security and verifiability of votes recorded on electronic voting machines have been questioned extensively. Direct Recording Electronic (DRE) machines that provide no paper receipt of the voter's recorded ballot have been especially scrutinized. Computer scientists have demonstrated vulnerabilities of these systems to software problems and hacking.⁹ Discussions over the potential expansion of online voting have also reflected concerns over the security of the vote and the potential for manipulation.¹⁰

During the 2012 election, media and partisan activists reported problems with voting technology, especially electronic voting machines. A full accounting of problems with these voting machines does not exist, but evidence thus far points to errors that were not widespread or systematic. Some states permitted voters to cast ballots via e-mail in response to the disruptions caused by Hurricane Sandy that struck the US East coast the week prior to the general election. Although security professionals noted concerns about the potential for hacking, problems with e-mail voting seem to have been limited to inadequate preparation to process requests.¹¹

Voting technology emerged as a major concern for the American public and officials following the 2000 presidential election. While many changes have been instituted during the following twelve years, concerns over the methods to record votes persist. During the 2012 election campaign, however, another issue emerged as a major concern: how efforts to verify individual eligibility to vote would affect the process, and how specific statutory provisions might impede citizens' rights to cast ballots.

[8] States have experimented with other innovations. Following a successful 1998 ballot initiative, Oregon initiated postal voting for all elections; most counties in neighboring Washington also vote by mail.

[9] The state of Maryland, for example, adopted DREs but subsequently converted to optical scan ballots. Avi Rubin, a computer scientist at Johns Hopkins University, has been a vocal critic of electronic systems and addressed Maryland's decision in an opinion piece (<http://avi-rubin.blogspot.com/2008/09/software-dependence-is-dangerous-in.html>)

[10] In a test of Washington DC's online system for overseas ballots, a University of Michigan computer scientist demonstrated its vulnerability by hacking into the system and altering results (<http://www.kxly.com/news/money/Why-you-can-t-vote-online-yet/-/116108/17282524/-/vnesa9z/-/index.html>)

[11] See, for example, the account by Information Week: <http://www.informationweek.com/government/information-management/election-2012-new-voting-tech-caused-som/240062512>

Voter Registration and Identification

One of the provisions of the 2002 Help America Vote Act required states to ensure that voter registration records are accurate and up-to-date. While many other democracies automatically place all citizens' names on voting records, citizens in the United States are required to register to vote prior to being allowed to vote in elections.¹² To achieve more accurate voter registration lists, the Act gives minimum requirements for verifying the identification of voters when they register to vote. Voters that register by mail are required to present a valid photo-identification when voting in person. Voters registering by mail are required to provide a document verifying their current address, such as a recent utility bill or bank statement.

States have reacted to these minimum standards in different ways and have generated a great amount of controversy in the process. Republican lawmakers in many states have pushed to extend these standards, requiring all voters to show a government-issued photo identification not only when they register but also when they vote. Proponents of more stringent standards argue that requiring voters to present a photo identification reduces the risk of fraudulent voting, ensuring fair elections.¹³ Other states have maintained the minimum standard that requires voters to show proof of identification when registering to vote, but not requiring identification to voting.¹⁴ These primarily Democratic opponents of strict voter identification laws argue that burdensome identification requirements will block many otherwise eligible citizens from voting. They point to the fact the many eligible voters do not have a government-issued ID, with minority groups, seniors, the disabled, and students less likely to have IDs than the rest of the populations (Weiser and Kasdan 2012).¹⁵

The state of Indiana was the first state to implement a strict voter identification law. Since 2006, all registered voters in Indiana are required to present a government-issued photo ID to vote (Hershey 2009). Anyone without such identification is given a provisional ballot. For a provisional ballot to be counted, the voter must present an acceptable ID to election officials within ten days. If a valid ID is not presented to officials, the provisional ballot is not counted. Citizens opposing the law challenged it in federal court. Democrats and civil rights groups supported this lawsuit, claiming that as many as 11% of eligible voters in Indiana did not possess

[12] While some states allow voter to register the day of an election, many states require voters to register at least 30 days prior to an election.

[13] There have only been a small number of voting fraud cases in the US. Over a five year period, from 2002 to 2007, about 120 people were charged with voter fraud and only 86 of those were convicted (Lipton and Urbina 2007).

[14] Voters are only required to state or sign their name.

[15] Opponents of strict photo identification procedures point to discriminatory practices directed against African American voters especially in Southern states prior to the passage of the Voting Rights Act in 1965. They compare voter identification to the poll tax, which was a tax used to disenfranchise minority voters outlawed by the Voting Rights Act.

a valid photo ID (Stohr 2008). The case eventually made its way to the Supreme Court. In *Crawford v. Marion County Election Board*, the Court ruled in a 6 to 3 decision that, “the application of the statute to the vast majority of Indiana voters is amply justified by the valid interest in protecting the integrity and reliability of the electoral process.”

Following the Supreme Court’s validation of the Indiana law, thirty-four states have introduced legislation to require photo ID for voting. Seventeen states passed some version of voter ID legislation. Alabama, Kansas, Mississippi, New Hampshire, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, Tennessee, Texas, Virginia, and Wisconsin passed laws requiring voters to present a photo ID to vote.¹⁶ Several other states passed laws requiring photo IDs, but allow voters without an ID to cast a regular ballot if they sign an affidavit affirming their identity or if a poll worker can confirm their identification. An additional eighteen states require a non-photo ID to be presented by voters.

Because of legal challenges, only four of the eleven states that passed strict voter ID laws -- Georgia, Indiana, Kansas, and Tennessee -- had these laws in effect during the 2012 election (National Conference of State Legislatures 2012). Legal challenges have successfully overturned voter ID laws at both the state court and federal court level. The Obama administration used power granted to the Department of Justice (DOJ) under the Section 5 of the 1965 Voting Rights Act to invalidate voter ID laws in Texas and South Carolina. Under the 1965 Voting Rights Act, new election laws in all or parts of 16 states with a history of discriminatory election practices must be either pre-approved by DOJ or approved by a federal court.¹⁷ DOJ officials cited data that shows that Hispanics “disproportionately lack either a driver’s license or a personal identification card” as justification for not approving the Texas law (Horwitz 2012). In South Carolina, DOJ officials blocked a new voter ID law because it would negatively affect black voters.¹⁸

Voter ID laws are not the only way that recent legislation has sought to regulate elections. Arizona has implemented a law that requires potential voters to prove they are U.S. citizenship before they can register to vote. Similar laws are pending adoption in Alabama, Kansas, Georgia, and Tennessee (Liptak 2012). Hispanic and Native American groups challenged the Arizona law in the federal court and the US Court of Appeals for the

[16] The National Conference of State Legislatures maintains a complete list of state voter ID laws (<http://www.ncsl.org/legislatures-elections/elections/voter-id.aspx>).

[17] Alabama, Alaska, Arizona, Georgia, Louisiana, Mississippi, South Carolina, Texas, and Virginia must seek pre-approval under the 1965 Voting Rights Act. This provision of the Act also applies to parts of seven other states, including California, Florida, New York, and North Carolina.

[18] The U.S. Supreme Court announced in November 2012 that it would hear a challenge to the 1965 Voting Rights Act provisions (Section 5) that required many states and local government to obtain permission from the DOJ or a federal court prior to making a change in election law. Proponents of the challenge claim that Section 5 allows for excessive federal intrusion into the administration of local elections (Liptak 2012). A ruling by the Supreme Court should be issued in June 2012.

Ninth Circuit overturned the citizenship requirement. The state of Arizona appealed and the Supreme Court is now scheduled to review the case in early 2013. States have also reduced the amount of time during which early voting is allowed, further restricted voting rights for ex-convicts,¹⁹ and made it more difficult for groups to register citizens to vote. While Republican-controlled states have generally restricted access to voting, Democratic-controlled states have recently passed legislation making it easier to vote (Lovett 2012). California and Connecticut recently passed legislation allowing voters to register on election day.

Despite the legislative and legal battles over voter ID laws, little research has examined the impact of voter ID laws on voter turnout. Studies examining turnout in states using photo-ID laws report little to no aggregate reduction in turnout after states adopt photo-ID laws (Alvarez, Bailey, and Katz 2007; Mycoff, Wagner, and Wilson 2009; and Milyo 2007). Vercellotti and Anderson (2006) find that increasingly strict voter ID requirements are correlated with reduced turnout in aggregate data, but that the overall effect was “fairly small” (2006, 13).

Opponents of voter ID laws argue that turnout effects should be the strongest among minorities, the elderly, and the poor. Studies have examined whether members of these groups are less likely to have a valid photo identification. Hood and Bullock (2008) find that African-American, Hispanics and the elderly in Georgia are less likely to possess a photo ID than other voters. Similarly, Barreto, Nuno, and Sanchez (2009) find that in Indiana minority, low-income, and less educated residents are less likely to possess a valid photo ID.

Political scientists find mixed evidence that this reduced likelihood of possessing an ID leads to a reduction in turnout for various subgroups of the electorate. Alvarez, Bailey, and Katz (2007) find no statistical significant difference in turnout between white and nonwhite voters, while Vercellotti and Anderson (2006) report that Hispanic voters in voter-ID states are 10% less likely to vote and African-American are 6% less likely to vote than Hispanics and African-Americans in states without ID requirements. Both studies report reduced turnout among low-education and low-income voters.

Erikson and Minnite’s (2009) study seems indicative of the current state of the empirical literature on voter ID laws. They report that while changes from lax to severe voter ID requirements are associated with a few percentage points reduction in turnout, on average, and that this reduction is the strongest among the least educated, nothing reaches a level of statistical significance. They argue that at present, “the data

[19] State laws vary as to whether or not convicted felons may vote. The New York Times estimates that 5.85 million citizens were prevented from voting in 2012 election because of laws that bar felons from voting. Half of these have completed their sentences, but are still barred by state law for voting. These numbers exceed 7% of the adult population in Alabama, Florida, Kentucky, Mississippi, and Virginia. African-Americans are especially likely to be affected because of high incarceration rates in the US among black males.

is not up to the task of making a compelling statistical argument” and that, “we should be wary of claims-from all sides of the controversy-regarding turnout effects from voter ID laws...” Perhaps with more states adopting voter ID laws and with more data and studies sure to follow, future empirical work will be able to more convincingly establish whether or not voter ID laws negatively affect voter turnout.

Conclusion

While reports of international observer groups, such as the OSCE, reinforce the democratic credentials of elections in the United States, they also note that administrative practices would benefit from improvements. Over the last decade, much public and media scrutiny has been directed to problems emanating from the process of updating voting technology and perceived partisanship in the modification of voter registration and identification laws.

Due in part to statutory support like HAVA, election technology has been upgraded in most US counties and some evidence exists for improved performance by advanced technology, especially optical scan ballots. New methods of recording and tabulating the vote also present challenges to the security and verifiability, however, and concerns are likely to intensify as local governments consider the establishment of online voting.

While current social scientific evidence is inconclusive about the effect of voter ID laws on turnout, the laws continue to be challenged as partisan exercises to disenfranchise specific groups of voters. Given the experience of the last few election cycles, it is likely that election administration will continue to be contested in future US elections. •

Literature



- Alvarez, R. Michael, Steven Ansolabehere, and Charles Stewart III. 2005. “Studying Elections: Data Quality and Pitfalls in Measuring of Effects of Voting Technologies.” 33(1): 15–24.
- Alvarez, R. Michael, Delia Bailey, and Jonathan N. Katz. 2011. “The Effect of Voter Identification Laws on Turnout.” California Institute of Technology Working Paper.
- Ansolabehere, Steven and Charles Stewart III. 2005. “Residual Votes Attributable to Technology.” *Journal of Politics*. 67(2): 365–389.
- Barreto, Matt A., Stephen A Nuno, and Gabriel R. Sanchez. 2009. “The Disproportionate Impact of Voter-ID Requirements on the Electorate-New Evidence from Indiana.” *PS: Political Science and Politics*. 42(1): 111–116.
- Bronner, Ethan. 2012. “Voter ID Rules Fail Court Tests Across Country.” *New York Times*. October 2.
- Bullock, Charles and M.V. Hood. 2002. “One Person—No Vote; One Vote; Two Votes: Voting Methods, Ballot Types, and Undervote Frequency in the 2000 Presidential Election.” *Social Science Quarterly*. 83(4): 981–993.

- Erikson, Robert S. and Lorraine C. Minnite. 2009. "Modeling Problems in the Voter Identification -Voter Turnout Debate." *Election Law Journal*. 8(2): 85–101.
- Haspel, Moshe and H. Gibbs Knotts. 2005. "Location, Location, Location: Precinct Placement and the Costs of Voting." *Journal of Politics*. 67(2): 560–573.
- Hershey, Marjorie Randon. 2009. "What We Know about Voter-ID Laws, Registration, and Turnout." *PS: Political Science and Politics*. 42(1): 87–91.
- Hood III, M.V. and Charles S. Bullock III. 2008. "Worth a Thousand Words?: An Analysis of Georgia's Voter Identification Status." *American Politics Research*. 36(4): 555–579.
- Horwitz, Sari. 2012. "Justice Department Bars Texas Voter ID Law." *Washington Post*. March 12.
- Imai, Kosuke and Gary King. 2004. "Did Illegal Overseas Absentee Ballots Decide the 2000 U.S. Presidential Election?" *Perspectives on Politics*. 2(3): 537–549.
- Liptak, Adam. 2012. "Justices to Revisit Voting Act in View of a Changing South." *New York Times*. November 9.
- Lipton, Eric and Ian Urbina. 2007. "In 5-Year Effort, Scant Evidence of Voter Fraud." *New York Times*. April 12.
- Lovett, Ian. 2012. "Easier Access to Ballot Is Pushed by Democrats." *New York Times*. October 5.
- Miller, GERALYN. 2005. "Methodology, Statistics, and Voting Error: An Exploration of 2000 Presidential Election Data in Two States." *Policy Studies Journal*. 33(1): 1–13.
- Mycoff, Jason D., Michael W. Wagner, and David C. Wilson. 2009. "The Empirical Effects of Voter-ID Laws: Present or Absent?" *PS: Political Science and Politics*. 42(1): 1212–126.
- Stewart, Charles. 2011. "Voting Technologies." *Annual Review of Political Science*. 14: 353–378.
- Stohr, Greg. 2008. "Voter-ID Law Draws Political Clash at Supreme Court." *Bloomberg News*. January 8.
- Wand, Jonathan, Kenneth W. Shotts, Jasjeet S. Sekhon, Walter R. Mebane, Jr., Michael C. Herron, and Henry E. Brady. 2001. "The Butterfly Did It: The Aberrant Vote for Buchanan in Palm Beach County, Florida." *American Political Science Review*. 95(4): 793–810.
- Weiser, Wendy and Diana Kasdan. 2012. "Voting Law Changes: Election Update." Brennan Justice for Justice Publication.

UDC 324(73):929 Obama B.“2012”
324(73):929 Romney W. M.“2012”

Predsednički izbori u SAD 2012: Obama ili Romni

Sažetak



U ovom tekstu bavimo se analizom predsedničkih izbora u SAD 2012, i to kontekstom, kandidatima, njihovim prednostima i manama, programskim razlikama, njihovim izborom kandidata za potpredsednike kao „prirodnom dopunom“ onoga što im nedostaje, socijalnom strukturom pristalica, njihovom podrškom i kampanjom i gafovima u kampanji, elementima negativne kampanje i TV debatama.

Ključne reči



Nominacija, predsednički kandidati, programi, kampanja, TV debate

* Autor je vanredni profesor Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

Prvog utorka posle prvog ponedeljka u novembru održani su 57. predsednički izbori u SAD. Aktuelni predsednik, mlađi i crni demokrata, Barak Obama i Mit Romni, stariji i beli republikanac, dva su pola političkog spektra SAD, a možda i dve verzije „američkog sna“. I jedan i drugi pripadaju malobrojnim zajednicama SAD. Romni je mormon i pripada krugu finansijskih moćnika. S druge strane, Obama je po boji i po poreklu, takođe, pripadnik malobrojne zajednice koja živi u SAD.

Barak Obama, aktuelni predsednik, bio je u prednosti jer nije prolazio kroz unutarstranačke izbore. Romni je imao unutarstranačke konkurente za nominaciju, i to: Mišel Bakman, kongresmenku iz Minesote, Rona Pola, kongresmena iz Teksasa, Rika Perija, bivšeg guvernera Teksasa, Hermana Kejna, biznismena iz Džordžije, i jedinog crnca među kandidatima, Njuta Gingriča, bivšeg spikera predstavničkog doma, zatim Rika Santoruma, senatora iz Pensilvanije, i Džona Hantsmana, bivšeg guvernera Jute (Tanjug, 6. 10. 2011). Na Forumu Tampa Bej – konvenciji Republikanske stranke – Romni je dobio potrebnu većinu od 1.144 delegata posle prebrojavanja glasova po saveznom državama SAD. Podržali su ga i svi republikanski takmaci, osim poslanika iz Teksasa Rona Pola, njegovog poslednjeg unutarstranačkog rivala. U odnosu na, na primer, Saru Pejlin, bivšu guvernerku Aljaske, zvezdu pokreta „Čajanka“, Romni je umereni konzervativac.

Kandidati

Barak Obama (51) aktuelni je predsednik, bivši senator iz Ilinoisa, harizmatični lider, atraktivna mešavina Martina Lutera Kinga i Džona F. Kenedija, dobitnik Nobelove nagrade za mir. Spektakularno i munjevito se uspinjao ka državnom vrhu. Jedan je od trojice crnih senatora koji su izabrani neposredno (jedan od ukupno pet crnih senatora). U teškoj nominaciji, na prethodnim izborima trijumfovao je nad moćnom Hilari Klinton. Na predsedničkim izborima 2008. podržali su ga porodice Kenedi i Klinton, Al Gor i Kolin Pael. Tada mu je izborni slogan bio:

„Promene“, „Da, mi možemo“. Njegov slogan 2012. glasi: „Promena je“. Aktuelni predsednik nosi epitet „crnog Kenedija u Beloj kući“. Pre četiri godine probudio je želje, nadanja i očekovanja Amerikanaca. Sada ima najveći problem da odgovori šta je od toga ostvareno, doduše u veoma nepovoljnim okolnostima. Najveći izazov Obame bio je da pobije tvrdnje republikanaca i protivkandidata Romnija da je razočarao birače i da nije ispunio obećano iz 2008. godine.

Mit Romni (65) nekadašnji je republikanski guverner Masačusetsa, uspešan biznismen, sin nekadašnjeg guvernera Mičigena. Vlasnik uspešne konsultantske kompanije koja mu je donela više od 250 miliona dolara. Sebe predstavlja kao „konzervativnog biznismena“, iako je za vreme njegovog mandata u Masačusetsu donet zdravstveni zakon sličan Obaminom, koji republikanci kritikuju. Takođe, u vreme njegovog mandata, Masačusets je postala prva američka država koja je dozvolila sklapanje homoseksualnih brakova. Iako je kao guverner imao umerenije stavove o abortusu, u kampanji su oni postali konzervativniji i on se izjasnio kao protivnik prekida trudnoće i sklapanja homoseksualnih brakova. Možda zato, za jedan deo republikanaca Romni nije dovoljno konzervativan, niti postojan. Po drugima, možda je on upravo najbliži onome što je potrebno američkim konzervativcima, jer zastupa njihovu političku filozofiju, a pritom nije ekstreman. Nastojeći da se približi biračima poreklom iz Latinske Amerike, Romni je tokom republikanske konvencije o svom ocu govorio kao o došljaku iz Meksika. Mormon, koji je u mladosti proveo dve godine na misionarskom radu u Francuskoj, a zatim se vratio i završio ekonomiju i biznis na Harvardu, zaposlio se i osnovao svoju firmu.

Prednosti i mane

Obama, iako veoma uspešan, ima problem što je verovatno nemali broj i onih koji su glasali za njega 2008, a koje je razočarao. Deo opravdanja može se naći u činjenici da je nasledio dva rata i da se suočio s najvećom recesijom od tridesetih godina prošlog veka. U polovini mandata, od 2010, predstavnički dom kontrolišu konzervativci, što mu je dodatno otežavalo da realizuje svoje inicijative (Džozef Naj, *Danas*, 13. 5. 2012). Iako Obama ima prednost u odnosu na Romnija u pitanjima spoljne politike, to ne važi i za pitanja niskog ekonomskog rasta i visoke stope nezaposlenosti (Džozef Naj, 9. 8. 2012). Obama se bolje kotira od Romnija po pitanju zdravstvene zaštite i kontrole rađanja (56 : 35 posto). Rezultate prvog mandata Baraka Obame najbolje je poentirao Džon Bajden rečenicom: „'Dženeral motors' je živ, a Bin Laden je mrtav!“

Romni ima imidž kompetentnog i umerenog konzervativca, ali je u preliminarnim izborima morao da zaoštri retoriku, jer u toj fazi dominira desničarsko krilo stranke, kako mu etiketa „umereni“ ne bi zasmetala. Važi za čoveka „lepih manira“. Pre nego što je postao guverner, proveo je 25 uspešnih godina u privatnom sektoru („Proveo sam veći deo života van politike, baveći se realnim problemima u realnoj ekonomiji. Političari su

nas doveli u ovaj haos i prosto ne znaju kako da nas izvuku“). Za jedan deo republikanaca Romni nije dovoljno konzervativan, niti postojan. Međutim, bolje stoji od Obame po pitanju rešavanja deficita i javnog duga (52 : 43 posto). Romni je podsećao na Obamina (neostvarena) obećanja, dok je Obama Romnija nazivao „preletačem“ koji svoju poziciju menja shodno trenutku, odnosno u zavisnosti od publike.

Procenjuje se da je Romnijevo bogatstvo između 190 i 250 miliona dolara. Po tome je on 50 puta bogatiji od Obame koji ima, za običan svet impresivnih, od 2,2 do 7,5 miliona dolara (Beta, 28. 1. 2012).

Programske razlike

U jednom objavljenom izveštaju Bruking instituta navodi se kako Obama ima „aktivističku viziju svoje uloge u istoriji“ i da je rešen da „poboljša američku sliku u inostranstvu, naročito u muslimanskom svetu; okonča ušešće u dva rata; ispruži ruku Iranu; resetuje odnose s Rusijom i zakorači prema svetu oslobođenom od nuklearnog oružja; razvije značajan stepen saradnje s Kinom o regionalnim i globalnim pitanjima i uspostavi mir na Bliskom istoku.“ U knjizi *Suočavanje i sakrivanje*, Dejvid Sanger opisuje, kako on naziva, „Obaminu doktrinu“: manje vojno prisustvo u kombinaciji sa spremnošću da se jednostrano primeni sila kada je to direktno u interesu američke bezbednosti; oslanjanje na koalicije ne bi li se postigli dogovori o globalnim problemima koji nisu direktna pretnja američkoj bezbednosti; i preusmeravanje pažnja s bliskoistočnih močvara ka kontinentu velikih obećanja u budućnosti - Aziji“. Kako tvrdi Džozef Naj, razlika između ubistva Bin Ladena i intervencije u Libiji ilustruje Obaminu doktrinu. U prvom slučaju, Obama je lično rukovodio jednostranom primenom sile, koja je uključila i upad na pakistansku teritoriju. U drugom slučaju, gde nacionalni interesi nisu jasni, čekaio je da Arapska liga i UN usvoje rezolucije kojima je obezbeđen legitimitet neophodan za pravu priču o mekoj sili, te je podelio sa NATO-om rukovođenje teškom silom (Džozef Naj, 9. 8. 2012). Posle dužeg oklevanja, Obama se izjasnio da bi istopolnim partnerima trebalo dozvoliti venčanja. Galupova anketa, sprovedena 8. maja, pokazala je da 50 posto Amerikanaca podržava legalizovanje gej brakova, dok je 48 posto ispitanika bilo protiv. To je možda jedan u nizu razloga kojima se Obama rukovodio u ovom izjašnjanju. Osim toga, smatra se da iza takvog Obaminog stava stoji politička kalkulacija, jer je, pre svega, među mladim biračima podrška homoseksualnim brakovima velika. Takvim gestom Obama potiskuje protivkandidata udesno i prikazuje ga kao još većeg konzervativca, čime nastoji da privuče deo neopredeljenih birača. Pretpostavlja se i da je nastojao da dodatno privuče deo novca bogatih donatora homoseksualne orijentacije, kojima su pitanja građanskih prava „na srcu“, za kampanju. Bar je ovaj cilj brzo počeo da se ostvaruje. Međutim, ovakav potez Obame nije bez rizika, jer teško da će naići na odobravanje konzervativnijeg dela iz redova Afroamerikanaca, posebno na jugu zemlje, kao i Latinoamerikanaca uz čiju katoličku veru homoseksualnost ne ide

tako lako. Svi oni su na prošlim izborima glasali za Obamu. Čak postoji opasnost da njegovi bivši glasači iz ruralnih delova Amerike, hrišćanski fundamentalisti i desničari, sada još više budu protiv njega (*NIN*, broj 3203, 17. 5. 2012). Inače, homoseksualni brakovu su legalizovani samo u pet saveznih država i distriktu Kolumbija.

Romni ne podržava gej brakove, kao ni građanske zajednice, dok je prekid trudnoće prihvatljiv „samo u slučaju kad je direktno ugroženo zdravlje majke ili kad su u pitanju žrtve incesta ili silovanja“.

Obama je za povećanje poreza, dok Romni smatra da „povećanje poreza smanjuje privredni rast“. Romni je za smanjenje javnog sektora. Obojica su saglasni da se „ne sme dozvoliti nuklearno naoružavanje Irana“, ali se Romni zalaže za neodložni početak vojne intervencije ukoliko se ustanovi da Teheran „odbija taj zahtev“. Romni je donekle ublažio ofanzivnu retoriku prema Rusiji, mada iznosi tezu o Moskvi kao centru iz kog dolaze „najveće geostrateške pretnje američkim interesima u svetu“. Što se tiče odnosa s Kinom, Romni je optužuje zbog „mahinacija Pekinga nacionalnom valutom“ i, uopšte, „nefer praksi u trgovini i ostalim oblastima međunarodnih ekonomskih odnosa“. Možda previda da su to najveći i najvažniji bilateralni odnosi na svetu.

Obama ima prednost u odnosu na svog rivala u domenu spoljne politike. Na konvenciji Demokratske stranke u Šarlotu, Obama je rekao: „Neću vam reći da je put koji nudim lak i brz. Nikada to nisam ni govorio i vi me niste ni izabrali da bih vam govorio ono što želite da čujete, već da bih vam kazao istinu. Biće potrebno više od samo nekoliko godina da se popravi stanje američke ekonomije.“ Kao ciljeve za novi mandat naveo je smanjenje fakultetskih školarina za 50 posto u narednih deset godina i otvaranje novih milion radnih mesta u proizvodnji, dupliranje američkog izvoza do kraja 2014. i duplo manji uvoz nafte do 2020. godine.

Utisci o bračnim partnerima

Mišel (48), Obamina supruga, diplomirana je pravnica, skromnog porekla. Podseća na Žaklinu Kenedi i Eleonoru Ruzvelt. Imaju dve ćerke: Maliju (14) i Sašu (11).

En Romni (62) jedan je od glavnih aduta Mita Romnija. Ona važi za šarmantnu i harizmatičnu osobu. Imaju pet sinova i 16 unučadi, što je plus kod konzervativnih birača. U javnosti je omiljena i pruža veliku podršku suprugu. En je na tipično američki način reagovala na kandidaturu svog supruga pitanjem: „Mit, možeš li da spasiš Ameriku?“ Romni je odgovorio: „Da“. En i Mit upoznali su se još u osnovnoj školi.

Izbor potpredsednika „prirodna dopuna“

Džon Bajden (69), aktuelni potpredsednik, bio je šef Komiteta za spoljne poslove u Senatu (od 1972), iskusan, sa vezama u sindikatima, klintonijanac. Poznat je kao senator koji „grize i ujeda“, zatim po podršci

vojnim intervencijama, kosovskim Albancima. Posetio Srbiju 2009. i popravio utisak.

Pol Rajan (42), kongresmen iz Vinskosina, predsedavajući kongresnog komiteta za budžet, multimilioner koji uživa podršku velikog broja uticajnih (bogatih) konzervativaca, između ostalog, jer je zagovornik smanjenja državnog budžeta za sve stavke osim za vojne troškove, koje bi čak i povećao. Rajan zagovara smanjenje poreza za bogate, smanjenje raznih socijalnih davanja, iako je i sam kao mladić dobijao socijalnu pomoć. Izborom rimokatolika, Romni nadomešćuje svoje eventualne nedostatke, računajući na dodatnu podršku katolika.

Socijalna struktura pristalica

I Obama i Romni se bore za „srednju klasu“. To su u Americi svi oni koji žive od svoje plate, odnosno većina Amerikanaca. Romni nesumnjivo ima više razumevanja za probleme bogatijih, a Obama za probleme siromašnijih. Pokret „Okupirajmo Volstrit“ je nazvao ove druge „99 posto“, što znači da su ovi prvi „1 posto“. Obama i Romni ne samo da su se izjasnili za koga jesu i za koga nisu, već su i napadali „one druge“. Tako je Romni napravio gaf rekavši kako „ne mora da brine o 47 posto Amerikanaca koji će, pošto zavise od države, u svakom slučaju glasati za Obamu“. To je rekao na skupu bogatih donatora, što je snimljeno skrivenom kamerom. Obama je, s druge strane, od početka kampanje insistirao da najbogatiji Amerikanci moraju (kroz poreze) više da daju društvu. I jedan i drugi su zbog svojih stavova dobili aplauze, ali i zamerke. Obamu su iz suprotnog tabora optužili da se na taj način bori protiv „onih koji stvaraju nova radna mesta“. Obama je sve vreme kampanje bio suočen s organizovanim „pokretom otpora“ protiv njegovog reizbora, pri čemu je protiv sebe imao većinu milijardera. Volstrit, sinonim za finansijsku industriju, uložio je 2008. u Obamu 16 miliona dolara (u odnosu na sedam za Mekejna) da uspe, a sada ulaže da ne uspe. Predsednik Obama je optužen za „siledžijstvo“ prema finansijskom sektoru. Socijalni jaz oslikava i dve filozofije. S jedne strane su konzervativci koji su mišljenja da što je više para u rukama bogatih, to je bolje za sve, jer njihova potrošnja povećava opštu zaposlenost, a s druge, demokrate koje imaju više senzibiliteta za najugroženije.

Obama u odnosu na Romnija bolje stoji među Afro i Latinoamerikancima, ženama, gejevima i mlađim glasačima. Prema Galupovim istraživanjima *single ladies* („same dame“) preferiraju Obamu (56 : 39 posto), dok su udate dame u sličnom procentu za Romnija. Obama u svom kabinetu od 23 mesta ima osam žena, odnosno 35 posto. Rodnoj ravnopravnosti i *gender* pitanju Obamin štab posvetio je veliku pažnju sa oko 30.000 televizijskih i radio-oglasa, odnosno 10 posto od ukupno emitovanih. Na prošlim izborima, Obama je sa 13 posto prednosti među ženskim biračima pobedio kandidata republikanaca Džona Mekejna. Romni danas ubedljivo vodi među muškim biračima (54 : 42 posto). Birači u američkim ruralnim sredinama tradicionalno su uporište republikanaca. Istraživanja pokazuju da se ni prilikom ovih predsedničkih izbora situacija nije promenila. Romni

ima čak 22 posto prednosti u tom biračkom telu u odnosu na Obama. Jedno istraživanje Galupa pokazuje da Obama podržava 68 posto jevrejskih birača, a Romnija samo 25 posto. To je pad u odnosu na 78 posto podrške koju je Obama imao na izborima pre četiri godine, ali i dalje pokazuje mnogo veću naklonost demokratama. Američki predsednik je potpisao novi zakonski paket pomoći Izraelu, kojim je predviđeno da se 70 miliona dolara dâ za rakete kratkog dometa koje će koristiti ta zemlja. Republikanski predsednički kandidat Mit Romni je posetio Izrael, što se ocenjuje kao deo njegove kampanje da pridobije podršku jevrejskih glasača.

Popularnost i podrška na društvenim mrežama

Američki predsednik Barak Obama ima veću popularnost na društvenim mrežama od svog protivkandidata Mita Romnija. Na Fejsbuku, Obama ima 30.655.927, dok Romnija podržava 8.808.938 fanova. Mišel Obama, s 8,5 miliona fanova, ima daleko veću popularnost En Romni (378.000 fanova). I na Tviteru vodi Obama. Nalog BarackObama je na 6. mestu na ovoj društvenoj mreži, daleko ispred Romnija koji je 925. Obamin Jutjub kanal, gde mogu da se pogledaju nastupi pevačice Bijonse, ali i intervju i izjave prve dame Mišel, prati 237.000 pristalica, dok je 10 puta manje onih koji posećuju Jutjub kanal Mita Romnija. Kampanju Baraka Obame preko društvene mreže Instagram, posvećene fotografijama, prati oko 1,4 miliona ljudi, dok je fotografije Mita Romnija pogledalo 42.000 korisnika.

Značajne podrške Obami

Bil Klinton, koji je veoma popularan ne samo među demokratama već i kod velikog broja Amerikanaca, na konvenciji demokrata govorio je u terminu namenjenom potpredsedničkom kandidatu. Gotovo 50 minuta nizao je reči hvale na račun Obame - kako je spasao auto-industriju, smanjio troškove studentskih zajmova, sprečio recesiju, ponudio razuman plan za smanjenje duga, pomogao otvaranje miliona radnih mesta u privatnom sektoru... Istovremeno, kritikovao je Mita Romnija i optužio republikance za ideološku rigidnost i nespremnost na kompromis (*Danas*, 6. 9. 2012). Osim Klintona, Obamu su podržali: Kolin Pael, Majkl Blumberg, bivši republikanac i gradonačelnik Njujorka, Kris Kristi, guverner uraganom opustošenog Nju Džersija, Voren Bafet i Džordž Soros, Brus Springstin, Džon Bon Džovi, Džordž Kluni, Stivi Vonder, Morgan Friman, Semjuel Džekson, Skarlet Johanson, Eva Longorija, Majkl Daglas, Leonardo Dikaprio, Bred Pit, Anđelina Džoli, *Njujork tajms*, Madona...

Značajne podrške Romniju

Romni je već dobio podršku bivše prve dame SAD Barbare Buš i njenog sina, bivšeg guvernera Floride Džebe Buša, Ruperta Mardoka, Donalda Trampa, Klinta Istvuda, Čaka Norisa, Roberta Duvala (Tanjug, 28. 3. 2012).

Kampanja

Jedna od središnjih tema Romnijeve kampanje jesu prezaduženost SAD i nezaposlenost, i pre svega podsećanje na (ne)ispunjavanje obećanja Baraka Obame datih američkim biračima. Mit Romni je ocenio da bi njegov rival, aktuelni šef države Barak Obama trebalo da kaže koja sve obećanja nije ispunio, a ne da daje nova: „U ove četiri godine predsednik je obećao da će za Amerikance obezbediti nove poslove i to se nije dogodilo. Obećao je da će za 50 posto smanjiti deficit i to se nije dogodilo.“ On je kazao i da je Obama obećao da će plate biti povećane, ali da su one smanjene: „Zato mislim da više nije vreme da daje nova obećanja, nego da napravi listu onih koja je dao, a nije ispunio“ (Beta-AFP, 7. 9. 2012). Predsednički kandidat Republikanske stranke Mit Romni je, odgovarajući na izjave Bila Klintona, ocenio da Amerikanci danas ne žive bolje nego pre četiri godine kada je na vlast došao Obama. „Da li vam je bolje danas nego pre četiri godine? Nismo nikoga čuli na konvenciji Demokratske partije da je ustao i rekao da je ljudima bolje danas nego pre četiri godine“, rekao je Romni obraćajući se svojim pristalicama u Nju Hempširu. „Od duga od 10.000 milijardi dolara koje je predsednik nasledio od svojih prethodnika, došli smo do duga od 16 hiljada milijardi“, rekao je republikanski kandidat (*Danas*, 6. 9. 2012). Romni je svestan da je najosetljivije pitanje američkih glasača na ovim izborima - nezaposlenost. To je jedna od središnjih tema u njegovoj kampanji. Predstavljajući sebe kao kompetentnog i sposobnog da rešava ovaj gorući problem, naveo je kako je „srećan što je u svom prethodnom radu stvorio više od 100.000 radnih mesta“, odnosno, kako je istakao, „stvorili smo više radnih mesta u Masačusetsu, nego što je predsednik stvorio u celoj zemlji.“ Ubrzo je usledio odgovor demokrata, koji su podsetili da je za vreme njegovog mandata broj radnih mesta u Masačusetsu porastao za 45.800, dok je pod Obamom širom SAD otvoreno 1,9 miliona novih radnih mesta. Takođe, demokrate su podsetile da nema podataka koliko ljudi je otpušteno u firmama u koje je Romni ulagao. Jedan od poslednjih pokušaja Obame da se pozicionira na ovom pitanju bilo je predstavljanje Zakona o radnim mestima u Kongresu. Koliko je nezaposlenost bolna tema za Obamu govore podaci da je ona iznosila 7,6 posto na početku njegovog mandata 2009, a u avgustu ove godine je dostigla 9,1 posto. To je ujedno bio mesec u kom prvi put od 1945. poslodavci nisu otvorili nijedno radno mesto. Obamin plan otvaranja novih radnih mesta vredan 450 milijardi dolara predviđa smanjenje poreza na prihode zaposlenih i na poreske olakšice za kompanije koje zapošljavaju nove radnike. U novembru je u celoj Americi otvoreno 120.000 novih radnih mesta, a stopa nezaposlenosti je pala na 8,6 posto, što govori da je i dalje velika armija nezaposlenih od oko 13,6 miliona (*Politika*, 3. 12. 2011).

S druge strane, Obama je Romnija nazivao „preletačem“ koji svoju poziciju menja shodno trenutku, odnosno u zavisnosti od publike: „Zaboravio je svoje ranije stavove i nada se da ste ih i vi zaboravili“ i dodao „treba da damo ime toj bolesti od koje on boluje. Mislim da se ona zove

'romnezija'". Posle veoma prihvaćenog izbornog slogana „Da, ja mogu“, kojim je postao prvi afroamerički predsednik Sjedinjenih Američkih Država, Barak Obama je otkrio slogan za nove izbore – „Promena je“ (*Change is*): „Promena je kad smo spasili automobilsku industriju i hiljade radnih mesta, čak i kad su neki političari govorili da pustimo da bankrotira. Promena je što smo konačno završili reformu zdravstvenog sistema.“

Gafovi u kampanji

Kampanja nije protekla bez gafova, niti bez kontrasta i/ili osporavanja. Povremeno se išlo i ispod nivoa političke korektnosti. Republikanski predsednički kandidat Mit Romni označio je pristalice predsednika Baraka Obame kao ljude koji zavise od vlade i koji ne plaćaju porez, što je zabeleženo tajnom kamerom. „Ima oko 47 posto onih koji su s njim (Obamom), koji zavise od vlade, koji veruju da su žrtve i koji veruju da vlada ima obavezu da brine o njima“, rekao je Romni na jednom privatnom skupu početkom ove godine obraćajući se potencijalnim donatorima. Romni je, takođe, rekao i da njegov posao nije da brine o njima: „Oni zavise od države, veruju da su žrtve, i zbog toga smatraju da država treba da se brine o njima. Oni veruju da su oni pretplaćeni na zdravstvenu zaštitu, hranu i obezbeđen stambeni prostor“ (Tanjug, 5. 10. 2012). U demantiju njegovog štaba naglašeno je da „Mit Romni želi da pomogne svim Amerikancima zaglavljanim u Obaminoj ekonomiji“ (Tanjug, 18. 9. 2012).

U jednoj od TV debata, Romni je, odgovarajući na pitanja o rodnoj ravnopravnosti, upotrebio nespretnu frazu „fascikla puna žena“, koju je kao guverner imao da bi odabrao kvalifikovane za položaje u svojoj vladi. Veliku pažnju i polemiku u javnosti izazvao je nastup Klinta Istvuda na konvenciji republikanaca. Iako republikanci, zvanično, Istvudov improvizovani nastup u kom razgovara s imaginarnim Obamom na stolici ocenjuju kao duhovit i hrabar, Romniji savetnici navode da je bio „čudan“ i „uvrnut“, dok je jedan od njih rekao da je to bilo „pozorište apsurda“ (*Politika*, 19. 10. 2012).

TV debate

Prva debata je održana 3. oktobra na Univerzitetu u Denveru, u državi Kolorado. Tema je bila ekonomija. Na iznenađenje mnogih, republikanski predsednički kandidat Mit Romni ostavio je bolji utisak od aktuelnog predsednika Baraka Obame. Romni je krenuo ofanzivno, izneo je više konkretnih predloga, predstavio se kao čovek koji se brine o zemlji, kako nije otuđen od običnog čoveka i kako nije odustao ni od jednog svog stava. Obama je na početku debate javno čestitao godišnjicu braka supruzi Mišel, pošto je baš na veče kada se održavao duel bračni par Obama obeležio 20 godina braka: „Obećavam ti da sledeću godišnjicu nećemo provesti pred 40 miliona ljudi“, našalio se predsednik SAD. Mediji su primetili i da je kandidat demokrata dobio četiri minuta vremena duže od Romnija, kao i da je tokom večeri čak četiri miliona poruka

ostavljeno na Tviteru u vezi s debatom. www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2012&mm=10&dd=04&nav_category=78&nav_id=648512). Posle odličnog nastupa u prvom TV duelu, Mit Romni je uspeo da sustigne Obamu u istraživanjima javnog mnjenja, i njih dvojica su nakon toga bili izjednačena – podržavalo ih je po 47 posto birača.

Druga debata je održana 16. oktobra na Univerzitetu u Hempstedu, u državi Njujork, a tema je bila unutrašnja politika. Umesto „učtivog“, kakav je bio u prvom duelu, sada je Barak Obama „agresivniji“, ili bolje reći ofanzivniji. Aktuelni predsednik je tokom žestoke debate od sat i po vrlo često prekidao svog izazivača Mita Romnija, polemisao, opstruirao, odmahivao glavom. Najveći deo rasprave bio je posvećen pitanjima ekonomije, poreza i spoljne politike. Romni je optužio Obamu da je prekršio predizborna obećanja i za brojne neuspehe u protekle četiri godine. Obama je branio postupke Bele kuće napadajući Romnija, pre svega, zbog pitanja opozivanja bogatih i odnosa prema kineskoj ekonomiji. Britanski *Gardijan* je preneo: „Obami je išla u prilog činjenica da ne može biti gore nego što se pokazao u prvoj debati, dok Romni ima manu da ne može biti bolji nego što je bio u Denveru. Na kraju, Obama je bio mnogo bolji, jasniji, odlučniji, baratao je argumentima i retorički je nadmašio Romnija“ (*Danas*, 17. 10. 2012).

Treća debata održana je 22. oktobra na Univerzitetu Lin u Boka Rejtonu, na Floridi, a tema je bila spoljna politika. Približavanje predsedničkih kandidata ogledalo se samo u činjenici da su sedeli jedan pored drugog za stolom. Spoljna politika je tema u kojoj je Barak Obama verovatno više na svom terenu nego njegov protivkandidat. Obojica su bili saglasni da se „ne sme dozvoliti nuklearno naoružavanje Irana“, pri čemu je izazivač otišao i korak dalje u zalaganju za neodložni početak vojne intervencije ukoliko se ustanovi da Teheran „odbija taj zahtev“. Za razliku od prethodnih debata, Romni je je ovog puta donekle ublažio ofanzivnu retoriku prema Rusiji, mada je na kraju obnovio svoju tezu o Moskvi kao centru iz kog dolaze „najveće geostrateške pretnje američkim interesima u svetu“. Što se tiče odnosa s Kinom, on je i na Floridi ponovio svoje optužbe (poznate iz ranije kampanje) o „mahinacijama Pekinga nacionalnom valutom“ i, uopšte, o „nefer praksi u trgovini i ostalim oblastima međunarodnih ekonomskih odnosa“ (www.b92.net/info/vesti/index.php?yyyy=2012&mm=10&dd=23&nav_category=78&nav_id=654238). Prvo Galupovo istraživanje o sveukupnom utisku iz debate na Floridi govori o prednosti Obame od 57 : 47.

Prljava kampanja

Istraživanja raspoloženja biračkog tela u SAD pokazuju da su Amerikanci ogorčeni zbog negativne kampanje koju vode oba predsednička kandidata (Tanjug, 15. 5. 2012). Izborni tim Mita Romnija pokrenuo je seriju napada na Obamu, optuživši ga da treba da nauči kako da bude Amerikanac, aludirajući na optužbe od pre četiri godine da aktuelni lider Amerike nije rođen na njenoj teritoriji. Zatim je usledilo povlačenje izjave (Tanjug, 17. 7. 2012). Obamin štab emitovao je TV spotove po kojima njegov

izazivač Mit Romni maltene nije ništa drugo do običan vampir koji pije krv bespomoćnom radništvu „da bi se sad okrenuo politici, da to učini i sa Amerikom“ (*Danas*, 6. 6. 2012).

Zaključak

Kandidati su u prikupljanju sredstava za kampanju dostigli rekordnih po milijardu dolara. Istraživanja, naime, pokazuju da u predvečerje izbora čak 40 posto Amerikanaca sebe identifikuje politički nezavisnim, što je rekord od kako je Galupov centar počeo da vodi tu evidenciju. Istovremeno, procenat deklarisanih demokrata spao je na 29 posto (na prethodnim izborima 2008, bilo ih je 36 posto), dok su republikanci otišli naniže na 27 posto (sa 33). Barak Obama i Mit Romni glasanje dočekuju gotovo izjednačeni. Ishod izbora će odrediti od tri do pet miliona birača u tzv. sving državama (Kolorado, Florida, Ajova, Mičigen, Nevada, Nju Hempšir, Nju Meksiko, Severna Karolina, Ohajo, Pensilvanija, Virdžinija i Viskonsin). Birači u SAD imaju tendenciju da glasaju regionalno, naročito u poslednjih 20 godina, kada se lako mogu pratiti naklonosti. Obama je u kampanji bio u prednosti jer nije prolazio kroz unutarstranačke izbore. Jedna od središnjih tema Romnijeve kampanje jesu prezaduženost SAD i nezaposlenost. Po njemu, Barak Obama bi trebalo da kaže koja sve obećanja nije ispunio, a ne da daje nova. Džon Bajden je u svom govoru poentirao prvi mandat Obame rečenicom: „'Dženeral motors' je živ, a Bin Laden je mrtav!“ Obama je Romnija nazivao „preletačem“ koji svoju poziciju menja shodno trenutku, odnosno u zavisnosti od publike: „Zaboravio je svoje ranije stavove i nada se da ste ih i vi zboravili“ i dodao „treba da damo ime toj bolesti od koje on boluje. Mislim da se ona zove 'romnezija'“. Kampanja nije protekla bez gafova, niti bez kontrasta i/ili osporavanja. Povremeno se išlo i ispod nivoa političke korektnosti. Tokom prve TV debate, na iznenađenje mnogih, izazivač Romni ostavio je bolji utisak od Obame. U drugoj debati, Obama je bio mnogo bolji, jasniji, odlučniji, argumentovaniji i retorički je nadmašio Romnija. Tema treće debate bila je spoljna politika. Tu je Obama bio više na svom terenu nego njegov protivkandidat i ubedljivo pobedio. Kandidati su u prikupljanju sredstava za kampanju dostigli po rekordnih milijardu dolara. •

2012 Presidential elections in USA: Obama or Romney

Abstract

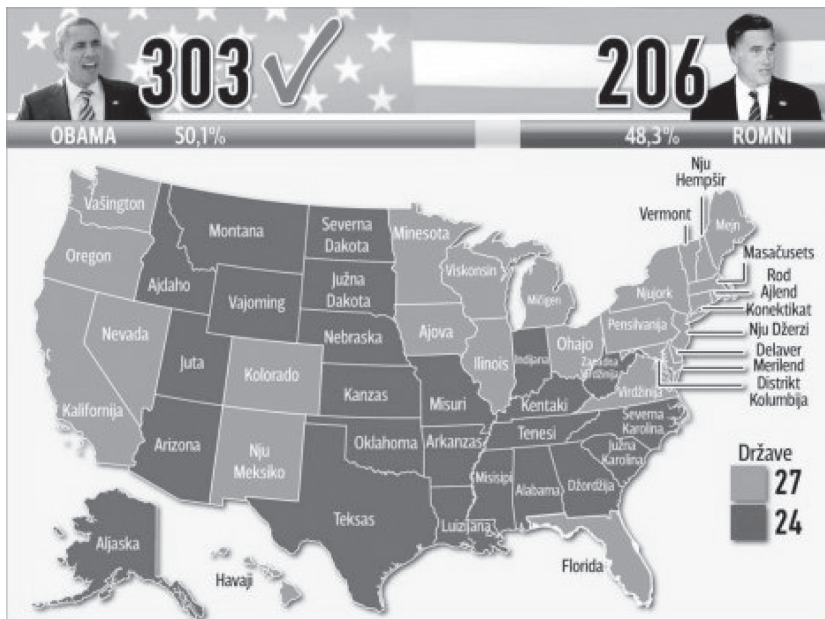


This paper analyzes presidential election in USA 2012: candidates, their advantages and disadvantages, programmatic differences, their choices of vicepresident candidates, social structure of supporters, campaign and TV debates.

Keywords



Nominations, presidential candidate, programmes, campaigns, TV debates



Izborni rezultat i „plave ■ i crvene ■ države“.

Korišćeni izvori



<http://fivethirtyeight.blogs.nytimes.com/>
<http://elections.nytimes.com/2012/ratings/house>
www.politico.com/2012-election/swing-state/

Danas

Blic

Politika

NIN

Tanjug

UDC 324(73) "2012":929 Obama B.
324(73) "2012": 929 Romny W.M.
159.923-057.177.1

Može biti samo jedan: Predsednički izbori u SAD 2012. i dva predsednička kandidata

Sažetak



U ovom tekstu autori se bave ličnostima dvojice glavnih kandidata za mesto predsednika Sjedinjenih Američkih Država na nedavnim izborima, održanim 6. novembra. U prvom delu rada izlažu se glavne teorije koje služe za procenu kvaliteta vršenja predsedničke dužnosti. U drugom delu teksta date su kratke biografije Baraka Obame i Mita Romnija, na osnovu kojih se u trećem delu teksta vrši analiza ličnosti ova dva kandidata, odnosno procenjuju njihovi kvaliteti u smislu što boljeg vršenja predsedničke funkcije. Glavni zaključak teksta jeste da su oba predsednička kandidata ove godine veoma visoko na lestvici, kako u pogledu kvalifikovanosti tako i u pogledu sposobnosti za obavljanje ove odgovorne funkcije.

Ključne reči



predsednički izbori; Sjedinjene Američke Države; Barak Obama; Mit Romni; predsednički karakteri; Ričard Nojštat; Džejs Dejvid Barber; Fred Grinstin; Džozef Naj

* Dragan R. Simić je redovni profesor na Fakultetu političkih nauka Univerzitetu u Beogradu i rukovodilac Centra za studije Sjedinjenih Američkih Država (E-mail: draganrsimic@yahoo.com). Dragan Živojinović je asistent na Fakultetu političkih nauka Univerzitetu u Beogradu i sekretar Centra za studije Sjedinjenih Američkih Država na ovom fakultetu (E-mail: dragan.zivojinovic@fpn.bg.ac.rs).

Uvod¹

Iako su na samim izborima, 6. novembra ove godine, građani Sjedinjenih Američkih Država između ostalog birali i svih 435 članova Predstavničkog doma, jednu trećinu Senata i veliki broj guvernera, jasno je da su u centru pažnje, kako domaće tako i međunarodne javnosti, zapravo bili predsednički izbori. Ove godine, aktuelnom predsedniku Baraku Obami (Barack Obama), koga je kandidovala Demokratska stranka, suprotstavio se kao kandidat „crvenih“, to jest republikanaca, bivši guverner američke savezne države Masačusets, Mit Romni (Mitt Romney). U ovom tekstu ćemo, opisujući ličnosti ova dva kandidata, zapravo utvrditi koji od njih dvojice bi bio bolji predsednik, odnosno kako se njihove osobine uklapaju u sliku idealnog predsednika, odnosno u spisak poželjnih osobina koje bi trebalo da krasi onog ko obavlja ovu važnu i odgovornu dužnost. Tekst se sastoji iz tri dela. U prvom delu izložene su glavne teorije koje služe za procenu kvaliteta vršenja predsedničke dužnosti. U drugom delu su date kratke biografije Baraka Obame i Mita Romnija, na osnovu kojih se u trećem delu analiziraju ličnosti ova dva kandidata, odnosno procenjuju njihovi kvaliteti u smislu što boljeg vršenja predsedničke funkcije.

Kako procenjivati predsedničke karaktere? Nekoliko najvažnijih pokušaja

Kao što je u samom uvodu i napomenuto, prvi deo teksta posvećen je mogućim procenama ličnosti kandidata koristeći se najpoznatijim teorijskim radovima na ovu temu. Ovom prilikom posebno ćemo se osvrnuti na četiri rada. Reč je o učenjima Ričarda Nojštata (Richard Neustadt),

[1] Tekst je rezultat rada na projektu „Politički identitet Srbije u regionalnom i globalnom kontekstu“, broj 179076, koji se realizuje u okviru Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu, a finansira ga Ministarstvo prosvete i nauke Republike Srbije.

Džejmsa Dejvida Barbera (James David Barber), Freda Grinstina (Fred Greenstein) i Džozefa Naja (Joseph Nye).

Profesor Ričard Nojštāt, jedan od pionira „studija predsedništva“ i osnivač čuvene John Kennedy School of Government na Harvardu, u svojoj knjizi *Presidential Power: The Politics of Leadership*, iz 1960, pokušao je da utvrdi koji su to izvori uticaja koje predsednik ima u odnosu na ostale delove političkog sistema i javnost kao takvu, odnosno koje to kvalitete predsednik mora da ima da bi bio uspešan. Najvažniji kvalitet svakako je ubeđivačka sposobnost. „Moć predsednika je moć ubeđivanja“, zaključuje Nojštāt, a kao model mu, naravno, služi Frenklin Dilano Ruzvelt (Franklin Delano Roosevelt) koji je više puta tokom svoja nepuna četiri predsednička mandata uspevao da ubedi javnost i ostale političke aktere u nešto što je ranije izgledalo kao nemoguće za prihvatiti.

Drugi rad koji zaslužuje da ovde bude pomenut jeste rad nekadašnjeg profesora Djuk Univerziteta u Severnoj Karolini, Džejmsa Dejvida Barbera (James David Barber). Naime, profesor Barber je 1972. objavio knjigu pod naslovom *Presidential Character: Predicting Performance in the White House*. Prema njegovom mišljenju, „predsednici se na najbolji način mogu razumevati tako što se opažaju njihov *stil* (uobičajeni način da se igraju političke uloge), *pogled na svet* (politički relevantna uverenja) i posebno *karakter* (‘način na koji predsednik sebe opredeljuje prema životu – ne u trenutku već za stalno’)“ (Wittkopf, Jones, Kegley, 2008: 494). Po Vitkofu, Džonsu i Kegliju, „dve dimenzije karaktera su od kritične važnosti: energija koju predsednici posvećuju poslu (aktivna ili pasivna) i koliko su oni lično zadovoljni svojim predsedničkim dužnostima. (pozitivna ili negativna). Prva (odlika – *prim. aut.*) odnosi se na ono što o opisu posla misle predsednici. Aktivni predsednici su oni koji pokreću i preokreću stvari, energično prihvatajući izazove vodstva. Oni takođe oduševljeno prihvataju zadatke formulisanja politike i upravljanja. Nasuprot njima, pasivni predsednici su oni koji preferiraju da drže jedan ujednačeni kurs, održavajući postojeće aranžmane i izbegavajući sukobe koji neizostavno prate promene u politici“ (Wittkopf, Jones, Kegley, 2008: 495). Druga dimenzija predsedničkog karaktera „odražava nivo posvećenosti svom poslu. Ovo varira jer neki predsednici ne uživaju na položaju na kojem su se našli i nerado gledaju na teret ogromnih obaveza“ (Wittkopf, Jones, Kegley, 2008: 495). Zajedno posmatrano, postoje četiri predsednička karaktera: aktivan–pozitivan, pasivan–pozitivan, aktivan–negativan i pasivan–negativan. Prema Barberu, „predsednici sa aktivnim–pozitivnim odlikama najbolje su pripremljeni da vode spoljnu politiku država kao i da izađu na kraj sa njenim izazovima i krizama“ (Wittkopf, Jones, Kegley, 2008: 495). U ovom pogledu su najgori oni koji poseduju kombinaciju pasivnog odnosa prema poslu i negativnog odnosa prema osećanjima zbog tog posla. U Tabeli 1 dati su tipovi predsedničkih karaktera prema Džejmsu Dejvidu Barberu, a u Tabeli 2 američki predsednici iz XX veka u skladu s Barberovom klasifikacijom.

Tabela 1: Tipovi predsedničkog karaktera

Izvor: Greenstein, 2009: 295

		Nivo aktivnosti	
		Aktivan	Pasivan
Osećanja prema aktivnosti	Pozitivan	Aktivan-pozitivan	Pasivan-pozitivan
	Negativan	Aktivan-negativan	Pasivan-negativan

Tabela 2: Barberova klasifikacija predsednika SAD u XX veku prema tipu karaktera

Izvor: Wittkopf, Jones, Kegley, 2008: 495

Lično zadovoljstvo poslom		
Energija	Pozitivan	Negativan
Aktivan	Frenklin Ruzvelt Hari Truman Džon Kenedi Džerald Ford Džimi Karter Džordž Herbert Voker Buš Bil Klinton Džordž Voker Buš Barak Husein Obama*	Vudro Vilson Herbert Huver Lindon Džonson Ričard Nikson
Pasivan	Vilijem Taft Voren Harding Ronald Regan	Kalvin Kulidž Dvajt Ajzenhauer

* Iako ga u originalnoj tabeli nema, pošto je Vitkofova, Džonsova i Keglijeva knjiga pisana 2008, pre dolaska Baraka Obame na mesto predsednika Sjedinjenih Američkih Država, mi smo 44. američkog predsednika svrstali u kategoriju aktivnih, pozitivnih ličnosti.

Treća izuzetno važna knjiga na ovu temu jeste *The Presidential Difference - Leadership Style from FDR to Clinton*, prinstonskog profesora Freda Grinstina. Naime, on predsednike procenjuje u odnosu na šest odlika koje su važne za obavljanje predsedničkog posla. To su: 1) „predsednikova veština u komuniciranju s javnošću koja se odnosi na spoljnu stranu političkog vođstva“; 2) „organizaciona sposobnost predsednika - ona se odnosi na unutrašnji krug rada predsednika, odnosno na njegovu sposobnost da okupi svoje kolege i da efikasno struktuiru njihove aktivnosti“; 3) predsednikova politička veština; 4) vizija; 5) „kognitivni stil - to je način na koji predsednik procesuiru „Nijagaru“ saveta i informacija koje mu dolaze pod ruku“; i 6) „emocionalna inteligencija - ili kako je Maks Veber zove 'snažno kroćenje duše' - što označava sposobnost predsednika da vlada svojim emocijama i da ih iskoristi u konstruktivne svrhe a ne da dozvoli da one dominiraju njime i da mu umanje sposobnost rukovođenja“ (Greenstein, 2009: 5-6, 225-231). Za skraćeni prikaz Grinstinovog učenja videti Tabelu 3.

Tabela 3: Šest odlika kvalitetnog predsednika i kvalitetnog političkog vođe prema Fredu Grinstinu

Kvalitet koji predsednik poseduje, to jest koji poboljšava njegovo obavljanje dužnosti	Odlike kvaliteta
1. Veština u komuniciranju s javnošću	Uspešnost u predočavanju javnosti svojih stavova, želja i namera.
2. Organizaciona sposobnost	Sposobnost predsednika „da organizuje tim i da iz njega izvuče ono što je najbolje, minimizujući tendenciju potčinjenih da kažu svom šefu ono što oni osećaju da bi on voleo da čuje. Ona takođe podrazumeva potpuno drugačiju stvar: njegovu vičnost da stvori efikasne institucionalne aranžmane“ (Greeinstein, 2009: 226).
3. Politička veština	Način na koji se koristi politička moć da bi se izgradila i očuvala reputacija veštog političara (Greeinstein, 2009: 227).
4. Politička vizija	„Kapacitet da se inspiriše“; „U užem smislu... 'vizija se odnosi na preokupaciju sadržajem politike, spobnost da se proceni njena primenljivost i posedovanje skupa viših ciljeva“ (Greeinstein, 2009: 228).
5. Kognitivni stil	„Način na koji predsednik procesuiru 'nijagaru' saveta i informacija koje mu dolaze pod ruku“ (Greeinstein, 2009: 6).
6. Emocionalna inteligencija	„Sposobnost predsednika da vlada svojim emocijama i da ih iskoristi u konstruktivne svrhe a ne da dozvoli da one dominiraju njime i da mu umanje sposobnost rukovođenja.“ (Greeinstein, 2009: 6).

Na kraju, ali ne manje značajna, jeste knjiga poznatog harvardskog politikologa Džozefa Naja. U *Powers to Lead* autor se bavio studijama političkog vodstva. Prema njemu, poput moći i liderstvo se može podeliti na veštine koje se odnose na tvrdu, meku i pametnu moć. Od tvrde moći, važni su organizacioni kapacitet (da umete da nagrađujete i upravljate ljudima), te makijavelističke veštine (sposobnost da se pripreti, potkupi i cenjka, ali i da se stvore i održe pobedničke koalicije). Od osobina koje se odnose na meku moć bitne su: emocionalna inteligencija (sposobnost da se upravlja različitim odnosima i harizmom, te emocionalna samosvest i samokontrola), komunikativne sposobnosti (sposobnost da se koriste reči, simboli i primeri, da se ubede bliske i daleke pristalice) i, na kraju, vizija (da budete privlačni pristalicama, da ih povedete ka boljem sutra i da efikasno pravite ravnotežu između ideala kojima stremite i sredstava kojima raspolažete). Tu je i pametna moć (kontekstualna inteligencija - razumeti razvoj i promene u okruženju, kapitalizovati trendove i umeti iskoristiti i prilagoditi stil kontekstu i potrebama pristalica) (Nye, 2008: 27-108). Koristeći se tradicionalnom podelom liderstva na transakciono i transformaciono, Naj u Tabeli 4 ukratko navodi sve osobine efikasnih političkih vođa.²

[2] Prema njegovom mišljenju, „transformacioni lideri mobilisu moć u svrhu promene igrajući kod svojih sledbenika na kartu visokih ideala i moralnih vrednosti

Tabela 4: Efikasni stilovi vođstva: veštine tvrde i meke moći

Izvor: Nye, 2008: 83

Meka moć (inspiraciono liderstvo)	
1. Emocionalna inteligencija	- Sposobnost da se upravlja odnosima i harizmom - Emocionalna samosvest i kontrola
2. Veština komunikacije	- Reči, simboli i primeri koji poseduju sposobnost ubeđivanja - Sposobnost da se ubede bliži i dalji sledbenici
3. Vizija	- Privlačna biračima - Efikasna (ravnoteža ideala kojima težite i sredstava kojima raspolazete)
Tvrda moć (transakciono liderstvo)	
1. Organizacioni kapacitet	- Upravljanje sistemima nagrada i informacija - Upravljanje unutrašnjim i spoljnim krugovima (direktno i indirektno liderstvo)
2. Makijavelistička veština	- Sposobnost da se pripreti, potpkupi i cenjka - Sposobnost da se stvore i održe pobedničke koalicije
Pametna moć (kombinovani izvori)	
1. Kontekstualna inteligencija (šire političke veštine)	- Razumevanje promenljivog okruženja - Sposobnost da se kapitalizuje na trendovima („kovanje svoje sreće“) - Prilagođavanje stila i konteksta potrebama sledbenika

Barak Obama i Mit Romni: kratke biografije

Barak Obama

Barak Husein Obama II (Barack Hussein Obama II) rođen je 4. avgusta 1961. u gradu Honolulu, na Havajima, od oca Baraka Obame Seniora, iz Kenije, i majke En Danam rodom iz američke savezne države Kansas. Roditelji su mu se rastali kada je imao samo dve godine, a potom su se i formalno razveli. Ubrzo posle toga, njegov otac se vraća u Keniju. Obama će svog oca sresti samo još jednom do 1982, kada Barak Obama Senior gine u saobraćajnoj nesreći. S majkom En i njenim drugim mužem Lolom Setorom 1967. odlazi u Indoneziju, i tamo ostaje sve do desete godine, kada se vraća na Havaje, gde živi zajedno s roditeljima svoje majke. Završava srednju školu i posle toga upisuje Oksidental koledž (Occidental College) u Los Anđelesu. Posle dve godine studija u LA odlazi na čuveni Kolumbija Univerzitet u Njujorku, gde završava političke nauke, tačnije međunarodne odnose. To ga po obrazovanju svrstava rame uz rame s Džonom Fidžeraldom Kenedijem (John Fitzgerald Kennedy) i Bilom Klintonom (Bill Clinton), s kojima će ga kasnije često porediti. Posle

pre nego na bazična osećanja straha, pohlepe i mržnje“. Za razliku od njih, transformacioni lideri u svom vođstvu naglašavaju lične interese sledbenika i igraju na tu kartu. Videti: Nye, 2008: 62.

diplomiranja ostaje neko vreme u Njujorku, a potom odlazi u Čikago, gde radi nekoliko godina kao organizator aktivnosti lokalnih zajednica. Želja za daljim usavršavanjem ponovo ga vraća u školsku klupu i 1990. se upisuje na čuvenu Harvard Law School, gde postaje i urednik i predsednik prestižnog časopisa *Harvard Law Review* (kao prvi Afroamerikanac u istoriji). Po povratku u Čikago postaje predavač ustavnog prava na Chicago Law School, angažuje se u političkom i humanitarnom životu lokalne zajednice, što je krunisano njegovim izborom u senat države Illinois, 1997, u kom ostaje sedam godina. Kao čovek čija je popularnost ubrzano rasla, 2004. drži čuveni govor na konvenciji Demokratske stranke u Bostonu na kojoj je Džon Keri (John Kerry) i zvanično postao protivkandidat Džordžu Vokeru Bušu (George Walker Bush) na predsedničkim izborima te godine. Taj govor, naročito rečenica „da ne postoji liberalna Amerika i konzervativna Amerika već da postoje samo Sjedinjene Američke Države“, donosi mu nacionalnu polularnost, mnogi ga porede s Martinom Luterom Kingom (Marthin Luther King) i Džonom Kenedijem. Godine 2004. pobeđuje na izborima za američki Senat, čiji član zvanično postaje januara 2005. godine. Time postaje tek treći Afroamerikanac u istoriji koji je direktno izabran u senat, a peti uopšte. U senatskom životu veoma je aktivan, mada mu rad na zadobijanju nominacije svoje stranke za mesto predsednika SAD u mnogo čemu odvlači energiju sa senatorskog posla, pa učinak ostaje daleko ispod imena i reputacije koju uživa, kako u zemlji tako i u inostranstvu. Na konvenciji Demokratske stranke u Denveru, u Koloradu, 28. avgusta 2008, i zvanično postaje kandidat Demokratske stranke za mesto predsednika SAD. Oženjen je Mišel Robinson pravnicom iz Čikaga, s kojom ima dve ćerke: Maliju En (14 godina) i Natašu Sašu (11 godina). Autor je tri knjige, od kojih su dve postale posebno popularne. Prva je *Snovi moga oca* iz 1995, kojom je pokucao na vrata slave, a druga *Smelost nade*, iz 2005, kojom su mu ta vrata i otvorena. Od 20. januara 2009. do danas obavlja dužnost 44. predsednika Sjedinjenih Američkih Država. Posle nominacije za predsednika od strane Demokratske stranke na konvenciji stranke održanoj u Šarlotu, u Severnoj Karolini, u septembru ove godine, i po drugi put dobija nominaciju za mesto predsednika Sjedinjenih Američkih Država. Zahvaljujući pobedi na nedavnim izborima, tokom naredne četiri godine ostaće na istoj funkciji. Obamina harizma, kao i uticaj koji je njegov izbor na mesto predsednika Sjedinjenih Američkih Država imao na poboljšanje sveukupne situacije u međunarodnim odnosima, dovele su do toga da u novembru 2009. dobije Nobelovu nagradu za mir.

Mit Romni

Vilard Mit Romni (Willard Mitt Romney) rođen je 12. marta 1947. u Detroitu, u američkoj saveznoj državi Mičigen. Njegov otac, Džordž V. Romni bio je važna ličnost u američkoj automobilskoj industriji, a kasnije i guverner savezne države Mičigen, te sekretar u prvoj administraciji predsednika Ričarda Niksona (Richard Nixon), dok je majka Lenor bila

domaćica i jedno vreme čak i kandidat za američki senat, početkom sedamdesetih godina prošlog veka. Posle nekoliko razreda provedenih u državnoj osnovnoj školi, Mit prelazi u Krenbruk skul, jednu od najboljih pripremnih škola u tom delu Amerike. Za to vreme, dok mu otac učestvuje u kampanji za guvernera i, kasnije, tokom obavljanja guvernerske dužnosti, mladi Mit mu je bio od velike pomoći. U svojoj osamnaestoj godini počinje da se zabavlja sa En Dejvis s kojom se i verio u junu 1965. godine. Posle godinu dana provedenih na Univerzitetu Stenford u Kaliforniji, u julu 1966. odlazi u Francusku kao deo mormonske misije. Tokom narednih 30 meseci, koliko je proveo u Francuskoj, učiniće veliki napor da bi proširio uticaj mormonske vere kojoj su pripadali on i njegova porodica. Iako broj onih koji je uspeo da preobradi u mormonizam nije bio veliki, celokupno ovo iskustvo bilo je veoma značajno za njegov dalji privatni i poslovni život. Takođe, tokom tih godina naučio je i francuski jezik, kojim se i danas služi. Posle povratka u Sjedinjene Države, obnavlja svoju vezu sa En Dejvis i u martu 1969. par se venčao na ceremoniji u Blumfield Hills u Mičigenu. Iste godine, Mit upisuje Brigam Jang Univerzitet (Brigham Young University) i završava ga dve godine kasnije. Poslušavši savet svog oca da se pre ulaska u svet biznisa „naoruža“ znanjem iz oblasti prava, upisuje na prestižnom Harvardu duple poslediplomske studije, iz oblasti prava i poslovne administracije. Studije su trajale četiri godine i za to vreme Mit se sa En i porodicom seli u saveznu državu Masačusets, gde i danas živi. Obe škole Mit završava među najboljima u klasi i svet biznisa postaje otvoren za njega. Posle kratke epizode u firmi „Boston Consalting Group“, 1977. se zapošljava u „Bain & Company“ koja će postati sinonim za njegov poslovni uspeh. Napreduje izuzetno brzo i postaje jedan od najvažnijih ljudi u ovoj konsultantskoj firmi. Sedam godina posle ovog pokreće sopstveni posao. Otvara firmu „Bain Capital“ koja se bavila konsaltingom. Kompanija se pokazala kao pun pogodak i donela je ogroman profit svojim osnivačima. Šest godina kasnije, na molbu ljudi iz firme „Bain & Company“, Romni se nakratko vraća u ovu firmu pomažući joj da stane na noge i izvuče se iz velikih problema u koje je zapala. Posle neuspešnog pokušaja iz 1994. da se dokopa mesta u američkom Senatu ispred države Masačusets, rad u kompaniji mu pomaže da postane jedan od najcenjenijih investitora u celoj Americi. Stekavši epitet čoveka koji „rešava probleme“ pomagao je i u organizaciji Zimskih olimpijskih igara u Solt Lejk Sitiju iz 2002, gde je pod njegovom upravom preduzeće koje je organizovalo Olimpijadu, a koje je bilo na ivici bankrota, ostvarilo profit. Odlučivši se posle ovoga da se ne vraća u svet biznisa, bilo je jasno da je politika njegov sledeći izazov. Tako već u novembru 2002. pobeđuje na izborima za guvernera države Masačusets, ostajući na toj funkciji u naredne četiri godine. Iako je zbog želje da dobije nominaciju republikanske stranke za mesto predsednika Sjedinjenih Država odustao od daljeg obavljanja guvernerskog posla, u Masačusetsu je za vreme njegovog mandata urađeno mnogo toga pozitivnog, pre svega u oblasti zdravstvenog osiguranja, odnosno njegovog širenja. Tokom predizborne kampanje 2008. nije uspeo da dobije nominaciju Republikanske stranke

za mesto predsednika Sjedinjenih Američkih Država, ali mu je to pošlo za rukom četiri godine kasnije. Sa suprugom En ima pet sinova i osamnaestoro unučadi. Iako tokom kampanje nikad nije otkrio svoju imovinsku kartu, procenjuje se da njegovo bogatstvo iznosi više od 200 miliona američkih dolara, što ga svrstava među najbogatije predsedničke kandidate u istoriji Sjedinjenih Američkih Država.

Barak Obama i Mit Romni kao politički lideri

Kad je u pitanju kvalitet na kom insistira profesor Nojštāt – sposobnost ubeđivanja, prednost je zasigurno na strani Baraka Obame, ali samo na prvi pogled. Niko ne može da spori izvanrednu kampanju Baraka Obame na izborima 2008. i sve ono što je njegova harizma učinila tada. Ali tokom svog predsedničkog mandata, Obama je izgubio veliki deo svojih „ubeđivačkih sposobnosti“ kao i znatan deo harizme. Njegova želja za sveobuhvatnim promenama, koje su ponekad i previše drugačije od vrednosti na kojima se zasnivaju pojedini delovi američkog društva, samo je otuđila i učinila još nepromenljivijim one s kojima je Obama morao da pregovara kako bi zemlju izvlačio iz problema uzrokovanih ekonomskom krizom (ovde pre svega mislimo na članove Predstavničkog doma i Senata koji dolaze iz Republikanske stranke). To se svojevremeno pokazalo u slučaju pristalica Hilari Klinton (u vreme kampanje za izbore 2008), a prema našem sudu, verovatno će se desiti i u budućnosti. Naprosto, Obama teško dopire do „srca i uma“ svojih političkih protivnika. Interesantno je da Obama pripada onoj kategoriji ljudi „koji vole da ih vole“, ubeđen da nema tog čoveka kog ne može ubediti u valjanost svojih stavova. Kako kaže portparolka njegove izborne kampanje Džen Psaki (Jen Psaki), Barak Obama veruje da „kada bi... mogao da popriča sa svakom osobom u Americi i objasni svoju politiku... dobio bi izbore“ (Scherer, 2012: 18). S druge strane, nesposobnost Mita Romnija da dopre do glasača umerenih opredeljenja, posebno do birača manjinskih zajednica kao što su hispanoamerikanci, naprosto je bila neverovatna. Prema našem mišljenju, Endru Kohut, predsednik „Pew Research“ centra iz Vašingtona, sasvim je u pravu kad tvrdi da su se u stvari pristalice Republikanske stranke više glasale protiv Obame nego za Romnija (Kohut, 2012). To naravno ne znači da Romni nije imao svoje pristalice, već naprosto da nije uspeo da ubedi dovoljan broj glasača da je on taj koji je sposoban da vodi zemlju i da je izvuče iz ekonomske krize. U svakom slučaju, ako se političko liderstvo u najvećem broju definicija određuje kao odnos između vođa i sledbenika, čini se da su oba predsednička kandidata u ovom smislu ispod visokih standarda koje su postavili pojedini njihovi prethodnici.

Imajući u vidu klasifikaciju predsedničkih karaktera koju daje Džeјms Dejvid Barber, i jedan i drugi kandidat se po našem mišljenju mogu svrstati u aktivne–pozitivne ličnosti. Ne samo da su stoički izdržali sav teret kampanje, nego su do kraja ostali uvereni u sopstvenu pobedu, što je pokazalo da imaju pozitivan odnos prema poslu koji su obavili.

U pogledu Grinstinovih šest kvaliteta za valjano obavljanje predsedničke dužnosti, *kad je u pitanju veština javne komunikacije*, treba istaći da je Barak Obama tu bio u izvesnoj prednosti pre samog početka kampanje, ali da se ta prednost veoma brzo topila. Obama je doživeo veliki sunovrat u prvoj predsedničkoj debati koju su on i Mit Romni imali 3. oktobra na Univerzitetu u Denveru. Naime, delovao je previše „brifovano“, duboko zagledan u papire i bez velikog žara, dok je Romni bio daleko opušteniji, duhovitiji i privlačniji za kamere. Iako su druga i treća predsednička debata vratile Obamu u dominantniju poziciju, zapravo je ostao gorak osećaj u ustima većine njegovih pristalica da nešto nije u redu. Imajući u vidu staro pravilo američke politike da je vrlina guvernera iskustvo u upravljanju a senatora u govorničkim sposobnostima – Romni je bivši guverner a Obama bivši senator – Obama je zadržao prednost u ovom pogledu. U pogledu *organizacionih sposobnosti*, i jedan i drugi kandidat su pravi majstori organizacije. Obama je je stvorio odličan tim u kampanji 2008, a tokom predsedničkog mandata njegov osećaj za dobro organizovanje posla i odabir odgovarajućih ljudi za svoj tim nije zakazao. S druge strane, Romni u svojoj biografiji ima više nego dovoljno dokaza da ume da organizuje posao i, što je najvažnije, da taj posao uspešno privede kraju. Iskustva iz konsalting kompanija kojima je bio na čelu, pre svega iskustva u organizovanju Zimske olimpijade u Solt Lejk Sitiju iz 2002. i vrlo uspešno upravljanje državom Masačusets, na najbolji način govore o tome. Dakle, kad je u pitanju organizaciona sposobnost, oba kandidata zaslužuju najviše ocene. Treći kvalitet dobrog predsednika, po Grinstinu, jeste *politička veština*. Popeti se tako visoko u američkoj politici nikada nije lako ukoliko ne posedujete veštinu opstanka i uspeha u politici. I jedan i drugi kandidat su pokazali da umeju da steknu podršku u ovom pitanju. Obama je to pokazao u kampanji 2008, pobedivši velikog favorita u trci za predsedničku nominaciju, demokratu Hilari Clinton, a Romni ove godine u dugačkoj i zamornoj republikanskoj predsedničkoj trci. U pogledu *vizije*, oba kandidata su više transakcioni nego transformacioni lideri, odnosno više su usmereni na rešavanje trenutnih problema nego što su usmereni na neke više ciljeve. Mada situacija u kojoj se Sjedinjene Države trenutno nalaze svakako zahteva realističnije ljude, i jednom i drugom kandidatu malo više idealizma ne bi bilo na odmet. Kad je u pitanju *kognitivni stil* dva kandidata, ovde su obojica na najvišem nivou. Prestižne škole koje su završili, kao i vrlo uspešne karijere koje su imali, svedoče o tome da su i jedan i drugi u stanju da savladaju bezbroj informacija s kojima ih „bombarduju“. Treba naglasiti da su i jedan i drugi vrlo hladni i racionalni kalkulanti, sposobni da u cilju pronalazjenja što boljeg rešenja satima, danima, pa ako treba i mesecima, razmatraju sve opcije i detalje nekog pitanja. Prisetimo se samo Obamine odluke o politici prema Avganistanu ili nekih drugih važnih pitanja u vreme njegovog mandata i jasno nam je da pre nego što donese odluku, on „triput meri a jednom seče“. S druge strane, Mit Romni nije ništa drugačiji. Prema rečima njegovih saradnika, dok je bio u svetu biznisa, „Romnijev apetit za brojkama daleko je premašivao (uobičajenu – *prim. aut.*)

normu. Čak i kao generalni menadžer 'Baina' provodio je sate za konferencijskim stolom, hvatajući beleške, unoseći podatke u svoj kalkulator i rukom crtajući grafikone"³ (Gellman, 2012: 14-15). O njegovoj uspešnosti da se u svemu tome snađe govori i podatak da su „od 1984. do 1999. godine njegovi (investicioni – prim. aut.) fondovi vraćali 88 posto godišnje, što je rekord istinski zavidnih razmera“ (Gellman, 2012: 15). I poslednji, ali ne i manje važan kvalitet kome je Grinstin posvetio pažnju jeste *emocionalna inteligencija*. Ovde je situacija u velikoj meri naklonjena Obami. Naime, retko je koji politička vođa u svetu u poslednje vreme toliko u stanju da kontroliše i „kroti“ svoje emocije kao što to čini Barak Obama. Smatrajući ih jako štetnim za donošenje kvalitetnih odluka, Obama je, po rečima Majkla Šerera (Michael Scherer), novinara *Tajma*, neko ko veruje u „platonističku teoriju politike“ (Scherer, 2012, 22) u kojoj razum i obrazovanje jasno treba da nadvladaju osećanja i isintinktivno odlučivanje. Takva politika u američkom slučaju značila bi da „levica i desnica zajedno mogu da stvore nešto veliko“ (Scherer, 2012, 22). Ako je, kao što smo videli, emocionalna inteligencija „snažno kroćenje duše“, onda je Barak Obama u najvećoj meri ispunjenje tog ideala Maksa Vebera. S druge strane, Mit Romni je neko kome emocionalna inteligencija nije jača strana. Potpuno odsustvo kontrole u pojedinim trenucima nad onim što priča dovelo je i do toga da u javnost procure rečenice poput onih o „47 posto“ stanovništva koji ne plaćaju porez na dohodak. Takođe, stalno menjanje stavova u pogledu nekih važnih pitanja svedoči o problemu kontrolisanja sopstvenih emocija i jedne velike unutrašnje nesigurnosti same ličnosti.

Iako to nije dato u Grinstinovih šest kvaliteta, kao ni u drugim radovima koje smo ovde pominjali, imajući u vidu važnost reagovanja predsednika u situacijama koje zahtevaju ekstremnu brzinu odlučivanja, smatramo da se svemu ovome mora pridodati i *situaciona inteligencija*. U pogledu ovoga, i jedan i drugi kandidat se, prema našem mišljenju, nalaze na dnu lestvice. Naime, i Barak Obama i Mit Romni su mnogo bolji u situacijama u kojima mogu da se pripreme za rešavanje nekog problema i da reaguju „na odloženo“ nego u onima u kojima je potrebno reagovati instinktivno. Imajući u vidu da su Sjedinjene Američke Države globalna sila i da se vrlo često od predsednika očekuje da reaguje odmah, jasno je da je veliki hendikep ukoliko nemate ovu vrstu inteligencije. Nigde se bolje taj problem u slučaju Baraka Obame nije video nego u prvoj predsedničkoj debati. Naime, kad je razgovor krenuo svojim tokom i kad teme nisu bile pokrivena papirima koji su stajali pred njim, Obama je bio potpuno izgubljen i u nemogućnosti da adekvatno učestvuje u debati. U Romnijevom slučaju, stvari ne izgledaju puno bolje. Naime, po rečima Bartona Gelmana (Barton Gellman), „podaci o 15 godina koje je Romni proveo kao lider 'Bain Capitala' daju sliku o biznismenu izuzetnog talenta i ekstremne

[3] Slike iz kampanje nisu bile ništa drugačije. Kad bi se završila sva pompa javnih nastupa, Romni bi ostajao sam, u hotelskoj sobi, autobusu ili avionu, i do duboko u noć sredivao podatke, ispravljao govore i čitao silne materijale pripremajući se što bolje za sutrašnji dan i nove izazove koji bi ga očekivali.

opreznosti. U formirajućim godinama kao finansijskog stručnjaka, Romni je neumorno radio kako bi istisnuo bilo kakvu mogućnost rizika. Pritom je tu reč o poslu u kojem se rizik i profit obično ne mogu razdvojiti. Rigorozno je zahtevao od svojih partnera da se usredsređuju na merljive, proverljive podatke, odbacujući subjektivne sudove o izgledima za uspeh nekog posla i insistirajući na empirijskim dokazima na kojima je zasnivao odluke“ (Gellman, 2012: 14). Po rečima njegovog bivšeg saradnika, „on je želeo da bude u pravu - vi nikada ne možete biti sigurni jer to ne postoji u životu, ali je on želeo da bude u pravu“ (Gellman, 2012: 15). U tzv. pitanjima života i smrti (mortal questions) veliki je luksuz donositi odluke na taj način, i američki predsednici to sebi svakako ne mogu da priušte.

Kad je u pitanju *kontekstualna inteligencija*, što je kvalitet koji posebno ističe Džozef Naj, i ovde je Barak Obama u ogromnoj prednosti u odnosu na Mita Romnija. Instinkt opstanka u politici Obamu nikada nije napustio i njegova mogućnost da „pročita“ promene, iako znatno umanjena, i dalje je visoko iznad sposobnosti njegovog protivkandidata za tako nešto. Mit Romni nije uspeo da iskoristi ekonomsku krizu koja traje već četiri godine, kao ni veliku nezaposlenost u Sjedinjenim Američkim Državama, dajući tako Baraku Obami šansu da u naredne četiri godine ostvari još nešto od svojih obećanja na osnovu kojih je je dobio tako snažnu podršku svojih sledbenika.

Pri svemu ovome, on ne sme zaboraviti na potrebe onih koji glasaju, jer kako piše Semjuel L. Popkin s Univerziteta Kalifornije, San Dijego, „najvažniji kvalitet koji treba da tražimo kod kandidata jeste da li razumeju razliku između onoga što prodaju (nude) i onoga za čim zapravo postoji potražnja. Obe stvari su nužne a poznavanje razlike među njima je od odlučujuće važnosti“ (Popkin, 2012: 272). Predsednički izbori u Sjedinjenim Američkim Državama 2012. bili su prava potvrda za to.

U tabeli broj 5 data je uporedna analiza kvaliteta i kriterijuma za obavljanje predsedničke funkcije. Tamo gde po našem mišljenju kandidati poseduju dati kvalitet, dodeljivali smo znak plus, tamo gde ga nemaju, znak minus, a tamo gde ga delimično poseduju, i minus i plus.

Tabela 5: Barak Obama i Mit Romni u pogledu kvaliteta za obavljanje predsedničke funkcije

Kriterijum	Barak Obama	Mit Romni
Sposobnost ubeđivanja	- +	- +
Tip ličnosti prema Džejsmu Dejvidu Barberu	+	+
Veština u komuniciranju s javnošću	+	-
Organizaciona sposobnost	+	+
Politička veština	+	+
Politička vizija	- +	- +
Kognitivni stil	+	+
Emocionalna inteligencija	+	-
Situaciona inteligencija	-	-
Kontekstualna inteligencija	+	-

“There can be only one”: Presidential elections in USA and two presidential candidates

Abstract



This paper deals with the personalities of the two main candidates for the position of the President of the United States of America at the elections held on November 6th 2012. The first part lays down key theories for assessment of qualities need for executing presidential duties. The second part of the paper gives short biographies of Mr. Barack Obama and Mr. Mitt Romney, used in the third part, for the analyses of personalities of the candidates and assessment of their qualities against the best possible for execution of presidential duties. The main conclusion is that the both this year's presidential candidates come pretty high on the bar, both as to their qualifications, and their capabilities for performing this responsible role

Keywords



Presidential elections, The United States of America, Barack Obama, Mitt Romney, presidential characters, Richard Neustadt, James David Barbet, Fred Greenstein, Joseph Nye

Literatura



- Gellman, Barton „The Mind of Mitt“, *Time*, September 3, 2012, str. 13-22.
- Greenstein, Fred, *Presidential Difference – Leadership Style from FDR to Obama*, Third Edition, Princeton University Press, Princeton, 2009.
- Kohut, Andrew, „Misreading Election 2012“, *The Wall Street Journal*, izvor: internet, http://online.wsj.com/article/SB10001424127887323894704578113231375465160.html?mod=WSJ_Opinion_carousel_2 (datum posete 14. 11. 2012)
- Nye, Joseph S. Jr., *Powers to Lead*, Oxford University Press, Oxford – New York, 2008.
- Polsby, Nelson, W., Aaron Wildawski, Steven E. Schier, David A. Hopkins, *Presidential Elections – Strategies and Structures of American Politics*, Thirteenth Edition, Boulder – Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Lanham, 2012.
- Popkin, Samuel, L., *The Candidate – What it takes to Win – and hold – the White House*, Oxford University Press, Oxford – New York, 2012.
- Scherer, Michael, „Obama plays Hard Ball“, *Time*, September 10, 2012, str. 17-27.
- Wittkoph, Eugene, Christopher M. Jones, Charles W. Kegley, Jr., *American Foreign Policy – Pattern and Process*, Seventh Edition, Thomson Wadsworth, New York, 2008.

UDC 324(73) "2012":328

Kampanja pred američke predsedničke izbore 2012: Priča o krizi i nesposobnom rivalu

Sažetak



U tekstu autor ukazuje na to kako su američki predsednički kandidati 2012, konkretizujući tematsku okosnicu i tumačeći uzroke lošeg stanja domaće ekonomije, nastojali da podupru predstavu glasača o vlastitom kredibilitetu i kompetentnosti, kao i da osnaže predstavu o nesposobnosti oponenta. Uz osnovnu temu, autor identifikuje prateće slogane i različita sredstva i oblike promocije u kampanji.

Ključne reči



Predsednički izbori, kandidat, imidž, tema, ekonomija, slogan, TV spot, TV duel/debata, plakat, veb-sajt, negativna kampanja, SAD

* Autor je docent na Fakultetu političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

U mnogobrojnim tumačenjima toka 57. kampanje za izbor predsednika Sjedinjenih Država, u prvi plan izbija glasanje zasnovano na proceni glasača o svom finansijskom položaju (popularno nazvano „glasanje novčanikom“ – *pocket-book voting*). Da stanje ekonomije može u značajnoj meri da utiče na izbornu odluku birača govori to da vladajuće partije i njihovi kandidati vode računa da u godini održavanja izbora ekonomija ostvari povoljne rezultate i da se poboljša socijalno-ekonomski položaj relevantnih kategorija birača. Drugim rečima, ekonomski napredak zemlje i poboljšanje položaja socijalne grupe kojoj određeni birač pripada dobra su garancija da će ovaj glasati za partiju na vlasti i obrnuto – periodi ekonomske nestabilnosti smanjuju izborne šanse partija i kandidata na vlasti, odnosno povećavaju šanse opozicionih partija i njihovih kandidata (Quinn, Wolley, 2001, prema Slavujević, 2009: 167).

Ekonomski oporavak zemlje, odnosno njen izlazak iz ekonomske i finansijske krize, tematska je okosnica američke predsedničke kampanje, a tumačenjima pokazatelja opšteg stanja ekonomije u zemlji u međuizbornoj periodu, to jest interpretacijama uzroka njenog relativno lošeg stanja, i obećanjima kojima je centralna tema konkretizovana, demokratski kandidat i aktuelni predsednik SAD Barak Obama i njegov republikanski izazivač Mit Romni (M. Romney), bivši guverner savezne države Masačusets, nastoje da učvrste izborne odluke svojih pristalica i mobiliju ih na što veći izlazak na izbore, kao i da obeshrabre pristalice oponenta i pridobiju neopredeljene glasače. Težište kampanje je na (ne) kompetentnosti vladajuće administracije, odnosno izazivača, da realizuju, pre svih, stavove u vezi sa zapošljavanjem i finansijskim osnaženjem srednjeg sloja. Programske razlike među konkurentima ističu se s ciljem da se kod birača razvije uverenje u sposobnost kandidata da realizuje politiku za koju se zalaže, to jest da se birači ubede u upravljačke sposobnosti jednog kandidata i nesposobnosti i slab izgled izbornih obećanja oponenta. Opravdanost rada na *image-buildingu* predsedničkih kandidata do izražaja dolazi i usled okolnosti kakve tokom predizbornog i izbornog perioda

daju snažan pečat američkoj partijskoj sceni – u godini koja prethodi izbornoj, kao i u samoj izbornoj godini, rekordno visok procenat američkih birača, njih 40%, izjašnjava se kao „partijski nezavisni“ (*Independents*)¹; popularnost Demokratske i Republikanske partije tokom 2011. bila je na istorijskom minimumu², a u izbornim kampanjama za Senat i Predstavnički dom Kongresa, koje se odvijaju paralelno s predsedničkom, ove dve stranke vode „mrtvu trku“³; podrška kandidatima drugih partija je minimalna.

Barak Obama - Dobri rezultati, neizvesna pobeda

Glavni problem za Obamu i njegov izborni štab u ovoj kampanji, tokom koje vlada znatno drugačija atmosfera od one iz 2008, jeste kako ubediti američke birače u to da on nije neuspešan predsednik, nego lider koji je u datim okolnostima uradio sve što se moglo. Kada se početkom 2009. uselio u Belu kuću, američka ekonomija bila je na ozbiljnoj nizbrdici, bankarski sistem i tri automobilska giganta iz Detroita pred kolapsom, dok je tržište nekretnina bilo urušeno. Amerika je učestvovala u dva velika rata – u Iraku i u Avganistanu. Nakon četiri godine koje je proveo na čelu zemlje, američka ekonomija više nije u recesiji, sprovedena je istorijska reforma u sistemu zdravstvene zaštite, detroitska industrija automobila je opet profitabilna. Njegovo upravljanje krizom, kako piše engleski *Economist*, bilo je „impresivno“ (*Politika*, „Gde se dede 'smelost nade'“, 4. 9. 2012). Istraživači Gallupa pišu da su na planu ekonomije „ključni indikatori bolji nego kada je B. Obama preuzeo kabinet“.⁴ Ipak,

[1] Analizirajući trendove za prethodnu godinu, istraživači Gallupa, početkom 2012, konstatuju da porast broja „nezavisnih“ birača u godini koja prethodi izbornoj nije neuobičajen, ali dodaju da su usporen ekonomski rast, rekordno nizak nivo poverenja u vlast i nepovoljna slika Amerikanaca o obema partijama doprineli da se formira „klima“ koja je „pothranjivala političku nezavisnost“ više nego ikada ranije u nekoj predizbornoj godini. Oni tada ispravno predviđaju da će, ukoliko se okolnosti značajnije ne promene tokom godine, broj „nezavisnih“ glasača, čak i ako se smanji, u izbornoj godini verovatno biti najviši koje je Gallup ikada izmerio (<http://www.gallup.com/poll/151943/Record-High-Americans-Identify-Independents.aspx>, pristup 25. 9. 2012).

[2] U jesen 2011, to jest u predizbornoj kampanji koja se zahuktavala, odnos pozitivnih i negativnih mišljenja Amerikanaca o dvema dominantnim partijama bio je na strani potonjih. Naime, 53% ispitanika imalo je negativno a 43% pozitivno mišljenje o Republikanskoj stranci. S druge strane, 55% ispitanika iznelo je negativan stav o Demokratskoj stranci, dok je mišljenje 42% ispitanika o ovoj stranci bilo pozitivno. U isto vreme, prema nalazima Gallupa, Amerikanci su Republikansku stranku ocenili boljom od Demokratske u „očuvanju zemlje prosperitetnom, zaštiti zemlje od terorizma i međunarodnih pretnji i... rešavanju najvažnijih problema s kojima se zemlja suočava“ (<http://www.gallup.com/poll/149795/Republican-Democratic-Party-Images-Equally-Negative.aspx>, pristup 10. 10. 2012).

[3] Početkom oktobra 2012, mesec dana pred izbore, Gallup nalazi da je izborna trka demokrata i republikanaca za Kongres i dalje „tesna“ i da bi 47% ispitanika, u slučaju izbora u vreme kada su anketirani, glasalo za Demokratsku, a 46% za Republikansku partiju (<http://www.gallup.com/poll/24493/Election-Polls-Accuracy-Record-Midterm-Congressional-Elections.aspx>, pristup 10. 10. 2012).

[4] Izdvajaju tzv. Job Creation Index koji je od februara 2009. do polovine septembra 2012. porastao sa - 5 na + 19. (<http://www.gallup.com/poll/157382/key-indicators-better-obama-took-office.aspx>, pristup 11. 10. 2012.).

još uvek nedovoljno snažan ekonomski rast i nezaposlenost koja je i dalje, za američke prilike, na visokih 8% čine se glavnom preprekom na putu Obame da ubedi sunarodnike da se vraćaju „dobra stara vremena“. Zato on i ne govori o „smelosti nade“,⁵ već podstiče strahove među pripadnicima srednje klase, siromašnima i starijima da će njegov oponent „demonirati i ono malo socijalne države za koju su se kroz istoriju izborile demokrate, vraćajući kapitalizam u njegovom najsirovijem obliku“ (*Politika*, „Gde se dede 'smelost nade'“, 4. 9. 2012). Međutim, ne izbegava da podseti na postignute rezultate u dosadašnjem obavljanju funkcije i traži drugi mandat kako bi završio ono što je započeo.⁶ U tom duhu „izbacuje“ mobilizatorski slogan-poziv „Napred“ (*Forward*) kao centralni u kampanji, ali i „Ameriko, hajde da radimo zajedno... da naša srednja klasa opet ima posao“ (*America Let's work together! To rebuild our middle class jobs*). Iskustvo, kompetentnost i efikasnost u obavljanju funkcije i rukovođenju državnim službama, odlučnost i uspešnost u rešavanju problema za koje je bio nadležan naglašeni su imidž-sloganima „Odgovornost“ (*Responsibility*), „Vera“ (*Faith*) i „Da, uradili smo i uradićemo opet 2012.“ (*Yes we did and we we'll do it again in 2012*) kojim se podseća na slogan iz kampanje 2008. – „Da, mi možemo“ (*Yes, we can*).

Obama podseća na pozitivne rezultate postignute na planu ekonomije i TV spotovima poput „Napred“ (*Forward*) i „Idemo“ (*Go*). Takozvani kontrast-spotovima, poput spota „Odmeren“ (*Balanced*), poredi sopstvene planove za izlazak iz krize s planom protivkandidata prepuštajući publici donošenje suda. O planu Obame pozitivno govori Clinton u tzv. spotu-svedočenje „Jasan izbor“ (*Clear choice*). U TV spotovima, Obama podešava izbornu propagandu prema karakteristikama i aspiracijama određenih društvenih grupa. Tako se spotom „Sveto poverenje“ (*Sacred trust*) obraća učesnicima ratova u Iraku i Avganistanu, indirektno poručujući da je Amerika danas bezbednija od one koju je nasledio, ali i da je likvidacijom Osame bin Ladena pokazao odlučnost koju treba da poseduje vrhovni komandant. Brojnim negativnim TV reklamama kritikuje stanovišta oponenta kao neprihvatljiva, upoznaje birače s Romnijevim promašajima na ekonomskom planu dok je bio guverner Masačusetsa i finansijskim zloupotrebama koje dovodi u vezu sa *off-shore* kompanijama. Romnijevim lošim procenama, greškama, nedoslednostima i zloupotrebama na planu ekonomije, kao i negativnim posledicama koje bi mogli da osete ukoliko ovaj pobedi na izborima, propagandni tim Obame posvećuje i internet sajt - romneyeconomics.com.

[5] Reč je o jednom od Obaminih slogana iz predsedničke kampanje 2008. godine.

[6] Prema rezultatima istraživanja na početku Obaminih predsedničkog mandata, početkom 2009, 35% ispitanika tvrdilo je da njihov životni standard raste, a pred ove izbore to čini čak 48% ispitanika (<http://www.gallup.com/poll/157382/key-indicators-better-obama-took-office.aspx>, pristup 11. 10. 2012). Takođe, većina Amerikanaca, njih 53%, smatra da će pripadnici srednje klase – ciljne grupe ka kojima oba kandidata dominantno usmeravaju propagandnu kampanju, živeti bolje ukoliko B. Obama opet bude izabran na funkciju predsednika. Manji broj ispitanika, njih 43%, veruje da će pripadnici srednje klase živeti bolje ukoliko izbornu pobjedu ostvari Romni (<http://www.gallup.com/video/157868/americans-view-obama-better-middle-income-earners.aspx>, pristup 13. 10. 2012).

Upravo su web-sajtovi, prema rezultatima istraživačkog centra Pew, najvažniji oblik digitalnog prenosa poruka u kampanji.⁷ Među istraživačkim nalazima jesu i oni prema kojima u kampanji Obama u znatno većoj meri koristi kanale digitalnog komuniciranja od oponenta. Romni više konkretizuje okosnicu kampanje iako rezultati istraživanja govore da za one koji kampanju prate posredstvom tzv. društvenih medija ekonomija nije prioritetna tema! Pew navodi i da, baš kao i u predsedničkoj izbornoj trci od pre četiri godine, Obama znatno više od republikanskog protivkandidata svoju „digitalnu strategiju“ prilagođava aspiracijama određenih ciljnih grupa – afro i latino Americancima, pripadnicima LGBT populacije, veteranima i njihovim porodicama, mladim Americancima i ženama (http://www.journalism.org/analysis_report/how_presidential_candidates_use_web_and_social_media, pristup 15. 10. 2012). Kako navodi P. E. Lou (Louw), upravo je posredstvom društvenih mreža, i to You Tube i Flickr pre ostalih, u kampanji od pre četiri godine kreiran Obamin imidž umerenog porodičnog čoveka (middle-of-the-road man), „ponosnog produkta američkog multikulturalizma“ (2010: 99).

U nastojanju da ovakav imidž učvrsti, ali i da u isto vreme osnaži većinsku podršku ženskog dela biračkog tela, aktuelni američki predsednik koristi različite oblike promocije, a među njima i prvi od tri predviđena TV duela kandidata održanog 3. oktobra 2012. godine.⁸ U ovom TV duelu – možda i najvažnijem, s obzirom na temu o kojoj se diskutovalo⁹ – u onome što obećava, Obama nije bio uverljiviji od oponenta. Ponovio je da je s obzirom na krizu nasleđenu od prethodne republikanske administracije postigao dosta, ali da realno nije mogao da reši sve probleme. Iz tog razloga traži podršku birača za još jedan mandat. Romni je, s druge strane, ponudio „smelost nade“ i obećao da će povratiti veličinu Amerike dodavši da protivkandidat nije iskoristio ponudenu šansu. Duel je obeležilo sporenje oko uloge države, odnosno federalne vlade, u ekonomiji. Kritikujući Obamino posezanje za širokom regulativom i povećanjem poreza, Romni zaključuje da je bolja situacija što je uloga države slabija – privatni sektor je u svakom poslu efikasniji, pogotovo kada je reč o otvaranju novih radnih mesta. Posle ovog duela u kojem je – gotovo da je to opšti stav – Romni ostavio bolji utisak, Obami je, između ostalog, zamereno što nije pomenuo nijednu od brojnih kontroverzi u vezi s oponentom, a koje je obilato koristio u dotadašnjem toku svoje negativne kampanje, naročito Romnijeve gafove među kojima prednjači onaj da su 47% Amerikanaca paraziti jer ne plaćaju federalni porez na svoje prihode, dok

[7] Rezultati istraživanja pokazuju da se građani, ukoliko i otpočinu praćenje kampanje posredstvom društvenih mreža, postepeno vraćaju centralnim veb-sajtovima kandidata u kampanji na kojima se „završava sve“. Na ovima, zbog dobre „opremljenosti“, nalaze najopširnije informacije o kampanji, ali se posredstvom njih i angažuju kao volonteri i doniraju novčana sredstva.

[8] Da dan u kom se održava prvi TV duel predsedničkih kandidata za njega i njegovu suprugu ima poseban značaj Obama objašnjava već u uvodnoj izjavi s pozornice glavne dvorane Univerziteta u Denveru u saveznoj državi Kolorado – debata se održava na dvadesetu godišnjicu njihovog braka.

[9] Reč je o američkoj unutrašnjoj politici, a u okviru nje o ekonomiji kao okosnici izborne kampanje.

s druge strane koriste brojne olakšice koje država nudi. Obamin poraz u „prvoj rundi“ ublažen je dobrim nastupom kandidata za njegovog zamenika Džozefa Bajdena (J. Biden) u TV duelu s protivkandidatom Polom Rajanom (P. Ryan), održanom u Kentakiju 11. oktobra.¹⁰

Mit Romni - „čuvar“ američkih vrednosti

Kako to obično biva u kampanjama izazivača, i ton kampanje Romnija je pesimistički u pogledu ocena trenutne situacije u SAD, za koju se okrivljuje kandidat na funkciji. Naglašeno je optimistički u pogledu budućnosti koju on donosi, pošto on ume da „napravi biznis“. Kampanjom gotovo dovodi u pitanje američki konsenzus o temeljnim društvenim pitanjima. Aktualizuje opštepolitička pitanja koje njegove pristalice iskazuju stavovima poput onog iznetog na jednom od mnogobrojnih skupova u intenzivnoj terenskoj kampanji: „Naša zemlja je kapitalistička, nije socijalistička, gde vlada uzima svačiju zaradu i to preraspoređuje“ (*Politika*, „Otkrivanje Amerike: Romni među svojim“, 16. 9. 2012). Obećava da će, ukoliko on postane predsednik, podsticati razvoj lokalnog preduzetništva, da će Amerika za osam godina postati energetska nezavisna, da će poništiti reformu zdravstvenog osiguranja koju je 2010. izglasao Kongres, da će smanjiti regulativu i smanjiti poreze. Ovog poslednjeg se, međutim, odriče u prvom TV duelu. Nedoslednost je očigledna, a mogućnosti brze i radikalne promene imidža, kako mu krivo savetuje E. Kohut iz Pew centra (*Politika*, „Loše vesti za Romnija“, 22. 9. 2012), u ovoj fazi kampanje su ograničene.

„Veruj u Ameriku“ (*Believe in America*) osnovni je slogan u Romnijevoj kampanji, čijim izborom ovaj, čini se, nije nameravao da dâ precizne naznake rešenja gorućeg pitanja u kampanji – ekonomskog oporavka, koliko da aktivira emotivno-afektivni naboj pohranjen u kolektivnom i individualnom iskustvu Amerikanaca i ukaže na američke vrednosti. Kombinovan s mobilizatorskim sloganom „Romni za predsednika“ (*Romney for president*) poziva birače da glas daju kandidatu sposobnom da im vrati veru u ostvarenje američkog sna. Sloganom „Očuvajte Ameriku Amerikom“ (*Keep America America*) nastoji da izvrši konkretizaciju osnovnog slogana i da u negativnoj kampanji s primesama prljave isprovocira negativan odnos prema ličnosti oponenta, a onda i prema njegovim stavovima. Romni, naime, nastoji da diskredituje protivnika aludirajući na neosnovane tvrdnje da ovaj ipak nije rođen na teritoriji Amerike i da samim tim nije kvalifikovan da se kandiduje za obavljanje funkcije američkog predsednika.

[10] Koliko su ozbiljne pripreme kandidata za predsednika SAD i njegovog zamenika za TV duela u kampanjama govore, između ostalog, i podaci da se Obama, i pored 20 duela koje je prethodno imao s raznim političarima, nedelju dana pripremao u jednom pustinjском odmaralištu u Nevadi, gde mu je sparing partner bio bivši predsednički kandidat Džon Keri. Tom prilikom su analizirani svi Romnjevi od 1994. godine. S druge strane, Romni je s partijskim rivalima za republikansku nominaciju učestvovao u čak 35 duela (*Politika*, „Okršaj u Denveru“, 3. 10. 2012). Džozef Bajden je, kako prenosi *Politika*, proveo više od 60 sati u simulacijama devedesetominutnog verbalnog okršaja u treninzima sa sparing partnerima, Rajanovim surrogatima (u tekstu „Bajden spasava ili potapa Obamu“, 11. 10. 2012).

Na optužbe da je adaptirao slogan Kju Kluks Klana „Očuvajte Ameriku američkom“ (*Keep America American*) iz 1920, kojim su pripadnici ove organizacije pozivali na očuvanje rasne i moralne čistote Sjedinjenih Država, Romni odgovara da ovom porukom poziva na očuvanje „principa koji nas (Amerikance – S. A.) čini najvećom nacijom na planeti“ (<http://rollingout.com/politics/mitt-romney-slogan-very-similar-to-kkk-message-against-minorities/>, pristup 20. 10. 2012). Sloganom „Ko god, samo ne Obama“ (*Anyone, but Obama*) direktno se napada protivkandidat.

Svojevrsnom konkretizacijom slogana „Očuvajte Ameriku Amerikom“ u završnoj fazi kampanje republikanci pojačavaju negativno i prljavo reklamiranje. Jednoiposatnim dokumentarnim filmom *2016. – Obamina Amerika*, autora D. D’Souza, nekadašnjeg člana Reganovog izbornog štaba, nameravaju da „informišu“ Amerikance kako bi ovi na birališta izašli „obavešteni“. U filmu baziranom na knjizi istog autora *Koreni Obaminog besa*, aktuelni američki predsednik prikazuje se kao čovek koji je rođen na Havajima, ali koji je detinjstvo proveo daleko od Amerike, u Indoneziji, koji ima mentalitet imigranta koji nikada srcem nije prihvatio američke vrednosti. Reč je, navodno, o nezahvalniku čiji su pokretački motivi antizapadnjaštvo i antiamerikanizam, a koji je „uspeo da obmane američki narod i navede da ga izabere na najviši položaj u zemlji“ (*Politika*, „Otkrivanje Amerike: Zastrășivanje Obamom“, 30. 9. 2012).

Brojnim TV spotovima propagandni tim republikanskog kandidata propituje da li lične osobine Obame odgovaraju karakteru funkcije za koju se ovaj kandiduje. Pitanje Obaminog karaktera, ponašanja i sposobnosti da obavlja funkciju predsednika u poplavi negativnih TV reklama Romnija ostavlja po strani njegov plan za izlazak iz krize. Obama je prikazan kao čovek spreman da u kampanji kaže ili uradi bilo šta da bi odneo izbornu pobedu. Na nesposobnost demokratskog predsednika da smanji stopu nezaposlenosti tokom dužeg vremenskog perioda ukazuje se spotovima, koji se u stilu slogana britanskih konzervativaca iz 1979. *Labour isn't working* (u doslovnom prevodu „Rad ne radi“ transferisano na „Laburisti ne rade“), završavaju porukom „Obama ne radi“ (*Obama isn't working*). Ovo je ujedno i naziv jednog od internet sajtova kreiranih u cilju negativne izborne promocije Obame.

Sve ovo najavljuje da veza između stanja američke ekonomije i izbornog ponašanja američkih birača, početkom novembra 2012, svakako neće biti direktna. Ova je u kampanji posredovana interpretacijama uzroka njenog lošeg stanja i istovremenim nastojanjima kandidata da podupru predstavu glasača o vlastitom kredibilitetu i kompetentnosti, kao i da osnaže predstavu o nesposobnosti oponenta. Višegodišnje nezadovoljstvo građana Amerike nivoom životnog standarda, s neuverljivošću prebacivanja krivice za nasledene probleme na prethodnike, učinilo je da Obama u određenoj meri odstupi od favoritske kampanje kakva se inače preporučuje kandidatima na funkciji. Na Romnijevo potenciranje Obamine navodne nesposobnosti da se tokom boravka u Beloj kući nosi s ekonomskom krizom, kao i insistiranje na tradicionalnim američkim

vrednostima i vrlinama koje je ovaj navodno izneverio, a praćeno i teškim diskvalifikacijama, Obama odgovara negativnom kampanjom. On radi na stvaranju negativnog publiciteta protivkandidatu, pridajući mu na taj način veliki značaj. •

Presidential elections campaign: a tale of crisis and the incompetent rival

Summary



The author points out how each of the two main American presidential candidates in 2012 election campaign tended to back up their own image of a credible and qualified person and, at the same time, strengthen an incompetent image of the oponent by interpreting the predominant issue and causes of the economic crisis. In addition to the main issue, the author identifies slogans as well as various means and forms of promotion used during the campaign.

Keywords



presidential election, candidate, image, issue, economy, slogan, TV ad, TV debate, poster, website, negative campaign, USA

Literatura



Louw, P. E., *The Media and Political Process*, SAGE Publications, 2010.
Slavujević, Z., *Političko komuniciranje, politička propaganda, politički marketing*, Grafocard, Beograd, 2009.

UDC 808.51:32 324(73) "2012":32.019.5

Political power is the power to persuade

Abstract



Political discourse and rhetoric have always been accused of focusing more on the form than the content. Of creating illusions to people and not delivering on their promises, in particular when campaigning for political office. The article lies upon two conceptual premises, namely 1) language cannot be neutral - it reflects and structures our ideologies and world views; 2) in order to advance their agenda, politicians aim to persuade the public and other relevant audiences - political power thus derives from the power to persuade. The following text will attempt to analyse political discourse of presidential candidates in the American race for president in 2012, while shedding some light on the theory of political discourse and its analysis.

Keywords



Discourse analysis, political discourse, political psychology, campaign talk, political communication, presidential elections

* Lector Nina Gorenc, PhD, Instructor in the Faculty of Social Sciences at the University of Ljubljana.

Discourse and discourse analysis

The term discourse refers to the language above the level of a sentence, namely two or more sentences joined in a coherent unit. It designates semiotic elements of social life, not only language, but also body language, voice, etc., and can be any kind of written text or orally delivered speech. One of the milestones in the analysis of political communication was set by Lasswell, Leites and Associates in 1949, when they wrote *The Language of Politics*, in which they explored the power of propaganda and the quantitative methods appropriate for examining the content and effects of political messages, with a special focus on politically motivated communication (Lasswell and others 1949). Discourse and communication are not neutral, and they always express and reproduce our ideologies (Van Dijk, 1999: 17). Discourse and cognition are thus not merely linguistic or psychological objects, but also inherently social. Social cognition is acquired, used and changed in social situations, and discourse is one of the major sources of its development and change.

Words matter

Lexicon is another element of great importance for the analysis of discourse, and it is closely connected with the power of persuasion and ideology. Political ideas and ideologies are often expressed in differential or even polarized lexicalization of political actors (Van Dijk, 1999). An interesting analogy can be made between “Newspeak” (Orwell, 1949), presented and developed by Orwell in his famous novel 1984, and “Newtspeak”, the rhetorical strategy prepared for the Republican political action committee GOPAC. The former refers to ideological control of people’s lexicon and consequently, the control of their thoughts and actions, while the latter urged Republican politicians to attack political enemies through words. The policy not only echoed Orwell and his political novel 1984, but also the

Prince of Niccolo' Machiavelli, who advocated the manipulation of political perceptions through the manipulation of words and images. Nearly every political discourse is characterized by a pattern of ideological control, by a positive self-presentation of us, and negative of others. It can be said that political information processing can be a form of discourse processing, because a great part of political action is accomplished by/through discourse and communication (Fairclough, 2003). Political discourse is not primarily defined by the topic or style, but rather by who speaks to whom, of what, on what occasion, and with what goals. In other words, political discourse is especially 'political' because of its functions in the political process (Van Dijk 1993, 225). Research into political rhetoric and discourse is not new, and politics has always been closely connected with language. Not only because ideas (and ideologies) are expressed through language, but mostly due to the strength of words in persuasion. Politicians have often been judged by their power to persuade, which makes language and the skills of communication rank very high on the list of characteristics that make a successful politician. Indeed, Richard Neustadt (1990) famously argued that even the presidential power is not a fixed commodity under the Constitution but fluctuates based on the ability of presidents to persuade other important actors. Language is thus not only a vehicle for transportation of politicians' ideas, but also an active agent in defining the capacity of a president to effect change and to influence how people understand political reality (Ellis, 1998). Rhodes (2008, 9) claims that Neustadt triggered a "behavioral revolution" by exposing communication, style, personality and reputation as essential elements for a successful persuasion, which in turn represents a keystone of political power and of a successful presidency.

Campaign talk

Not many believe that campaigns and what politicians say in a campaign actually matters. Roderick P. Hart is one of those who believe. He believes that campaigns work, and that they play an important role in democracy. They inform about the issues, heighten our sense of the political world and encourage us to vote. Campaigns promote dialogue among candidates, between candidates and the press, and between candidates and the people (Hart, 2000). He also believes that candidates and voters get a chance to define and readjust their position on various issues throughout the campaign dialogue. Another important element of campaigns is the language. Political language is problematic, because politics itself is problematic, and politicians have learned to tell a thousand truths, making this the quintessential problem of politics, namely: "Which truth should I tell today? And how?" (Hart, 1997: 25). Regardless of how honest or truthful political language may be, it must be taken seriously, because it is an instrument of power and control. Because language is so instrumental to democratic politics, it is deeply implicated in all power relations, and the power of language is magnified during elections. Because of the

temporal pressures politicians face, the mass media reward the bite-sized phrases, requiring campaigners to craft their words with special care. However, choosing the language carefully has always been the diplomat's job. Today more than ever. Words that have in the past come and gone, now come and stay; they are re-produced through social media, you tube, on the internet. Gaffes are not forgotten and "binders of women" (Romney, 2nd debate, Oct.16, 2012) will continue to haunt us. Romney's campaign was marked by his move to the right to win the Republican nomination. In order to improve his chances for nomination he changed his rhetoric and/or ideology and went far right to address the conservative wing of his party. He embraced conservative positions on a range of issues, such as taxes, immigration, health care reform, abortion; while he supported *Roe v. Wade*—the U.S. Supreme Court decision upholding a woman's right to an abortion—when campaigning for a Senate seat in 1994, he maintained an ardent pro-life stance throughout his 2012 campaign for the presidency. Such tea party conservatism made Romney win the Republican nomination, but most likely lose the elections.

Obama's campaign focused on defending his record after the first mandate, in which he failed to deliver many of the things he had promised in 2008. His main strength might have become his greatest problem – his commitment to bipartisanship. What he had not taken into account in 2008 was a nearly absolute obstruction of the GOP in the Congress. As torn as Republicans may have become on the outside, as monolithic their behavior was in the Congress. Obama's campaign experienced a very powerful moment in the last days, when hurricane Sandy hit the American coast. Obama switched from campaigner to commander-in-chief, to his role of the president and crisis manager. He did it superbly, proving Republicans wrong when accusing the government of being part of the problem. Quite the opposite; when crisis is extensive and states cannot cope with it alone, government is the only solution.

Acceptance speeches

Mitt Romney's Republican nomination acceptance speech was his first major address to the nation. He had three important issues on the agenda: 1) introduce himself to the nation, 2) explain why he represented a better alternative to Obama, 3) present his vision for the future. First, Romney presented a very humanizing portrait of himself, when speaking about his family, marriage, parents, as well as openly speaking about his Mormon religion. He presented himself as a man of creed and values. He spoke about appointing women to senior positions when he served as Governor of Massachusetts, and he applauded his wife and all women, who took on the toughest and the most important job in the world, of raising children and being there for them. In the second part of his speech he emphasized his business experience, and presented himself as a man of action, a problem solver, as the one who has made it, and who knows what it takes

to succeed. He advocated the American free enterprise system, its ability to harness the extraordinary creativity and talent and industry of the American people. The last part of the address was probably the weakest. His vision for America was nice, however, he failed to show the path to this prosperous future. From the candidate who had criticized the current administration and its record so severely more was expected in terms of his own proposals, ideas, plans. He was obviously trying to appeal to women and to the disappointed Obama voters from 2008. Whether, and how much he succeeded, was yet to be seen.

President Obama's nomination acceptance speech was built around two messages: First that he would continue to pursue policies where everyone plays by the same rules, and second that "With power comes responsibility". Obama has often been accused of promising a lot, of making the Americans believe in change and hope, of not knowing how to re-start economy and how to create jobs. He rejected the criticism, acknowledged that the recovery has not finished yet, and said that people were about to face the clearest choice; not only between two different candidates, parties, visions, but above all, two different Americas. He countered the anti-statism and Reaganesque "government is the problem" attitude of the Republicans by saying " We don't think that government can solve all our problems," he said. "But we don't think that the government is the source of all our problems." Obama made an appeal to the middle class families and in particular the target groups in the swing states, when referring to jobs, auto industry, health care and similar. This was a different speech from the one he delivered in 2008, but as Obama put it, it was delivered by a different man; no longer a candidate, but an experienced President well aware of the challenges he would continue to meet. A President who knows what it means to send soldiers to war, and what it takes to bring them back home.

Presidential debates

A lot has been heard and said regarding the importance of presidential debates, and most scholars believe that debates cannot be the so-called game changers. So, are they worth the trouble? As far as media coverage and popularity are concerned, they seem to be. According to Susan Hellweg and her colleagues, presidential debates surpass the standard audience share for all but a handful of televised events (Hellweg, 1992). Shroeder (1996, 73) concludes that televised debates are 1) personality-centered, 2) conflictual, and 3) spontaneous, and the voters will therefore never learn as much from them as they should.

The most remarkable thing is that the debates give equal footing to incumbents and non-incumbents, to Republicans and Democrats; however, they do not completely obliterate the differences among them. Presidential debates are comparatively sober, comparatively focused, comparatively plainspoken and comparatively self-risking encounters with some potential to create genuine dialogue (Hart, 2000: 126)

1st presidential debate (October 3, 2012)

The debate centered on domestic issues, in particular the economy. Governor Romney was well spoken and had a high energy level. His opening statement was sharp and straight to the point (5-point plan), in his closing statement he clearly framed the choice of the voters and spoke a lot about the middle class, small business and the need to create jobs. On the other side the president failed to deliver. He seemed tired, not focused, and perhaps even confused. He was obviously not prepared for a “new” Romney and his arguments (they were quite different from the ones he had been advocating during campaign). He missed several opportunities to address the Governor’s binding of truth and his change of campaign rhetoric and plans, and he failed to mention key issues from the campaign (47%, China, Bain Capital). President Obama delivered a lackluster performance.

2nd presidential debate (October 16, 2012)

The debate took the format of a town meeting, with people asking questions. The first noticeable thing was the apparent animosity between the two contestants. Romney was completely focused on economy, calling it “the one issue that matters”, he was contesting the debate rules and timing with the moderator, and at a certain point he went into trouble when bringing up the accident in Libya and questioning the President’s reactions. When addressing the question of gender inequality, Romney went into trouble and started talking about “binders full of women”, which was supposed to appeal to women voters, but it probably only drew them further from Romney. President Obama was completely different from the first debate. He was very determined and attacked the 5-point plan presented by the Governor, saying it was actually a 1-point plan, making those at the top play by a different set of rules. When accused of mishandling the situation in Libya, he responded as Commander-in-chief and made it very clear that he would never exploit such a moment for political gain. Obama got the edge over Romney when talking about his bailout of GM and Chrysler, which Romney had opposed to at the time, and he delivered a strong closing statement in which he reminded the audience of Romney’s words behind the close doors at a fundraising event, when he had accused 47% of Americans of being the victims who refused personal responsibility, and promised that he, President Obama would continue to fight for them, because if they succeed, the country succeeds.

3rd presidential debate (October 22, 2012)

It was mostly dedicated to foreign policy.

Romney presented economic hardship as one of America’s security problems, and went into problematic waters when talking about Russia

representing the biggest danger to the US. He advocated a substantial increase in the funding for the military, claiming America was more vulnerable today as it had fewer ships than ever. Obama seized this opportunity for counter attack, saying it also had fewer horses and bayonets, because the nature of war has changed. Obama assumed his commander-in-chief posture and accused Romney of changing positions and not being clear.

The only debate that appeared to be the game changer was the first one, which made Romney close the gap on Obama and even take the lead in some of the polls. This triggered immense interest among voters, in particular the undecided, and increased the campaigning of both candidates. However, the game did not change after all, only pre-electoral tensions and expectations of the Republicans probably have.

Rhetorical comparison

The rhetorical style of Romney and Obama shares some characteristics, such as reliance on the use of tricolons, rhetorical questions and clichés. They both use simple, understandable language, and both have been accused of passing instructions and being too professor-like. However, Obama is much better when it comes to charisma and the ability to inspire, while Romney remains much more “mechanical”. He did change for the better, as the campaign evolved, but he has not managed to inspire and to take the audience where he wanted it to go. His strategy was thus based more on making Americans vote against Obama, than for himself. Obviously he failed to persuade the voters, as they reacted to his drastic re-adjustment of position (from moderate to the extreme right and back, towards a more moderate centre). His main problems were persuasiveness, charisma and likeability (women, minorities, young voters). The incumbent Obama confirmed his rhetorical skills and talents. He knows how to build a speech and how to deliver it in order to create momentum. He takes time to develop his thoughts and invites the audience to think about his words. His use of stylistic devices is measured and very efficient. He uses the rhythm and timber of his voice, and moves from long, complex sentences to contrasting short cues, from pairs to lists and groups. In his second presidential campaign Obama seemed more realistic, focused, and well aware of the tensions between ethics and politics, idealism and realism, welfare and anti-statism.

Conclusion

In view of electoral results and considering the odds that were against Obama in the 2012 elections, we could say that discourse and rhetoric won over economy and pragmatism. We could. But we will not. Political discourse and the power of persuasion need to come together in a broader context of trust, charisma, and results. In 2012 elections Obama not only

presented a better and stronger public discourse, there was something else that made his words resonate among American voters – his life story, the America that he embodies, and the record of his first mandate told the story of their own. And this was the story that made voters believe him, and vote for him. Again. Politicians are said to campaign in poetry and govern in prose (Cuomo, 1985). It seems that voters approve also of Obama's prose. •

Literature



- Cuomo, Mario (1985). New York governor Mario M. Cuomo in a speech at Yale University (New Haven, CT) on February 15, 1985.
- Ellis, Richard J. (1998). *Speaking to the people: The rhetorical presidency in historical perspective*. Amherst: University of Massachusetts Press.
- Fairclough, Norman (2003). *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London and New York: Routledge.
- Gingrich, Newt. (1996.) *Language. A key Mechanism of Control*. Newt Gingrich's GOPAC memo. <http://www.informationclearinghouse.info/article4443.htm> (11.11.2012)
- Hart, Roderick. P. (2000). *Campaign Talk. Why Elections are Good for Us*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press..
- Hellweg, Susan, Pfau, Michael, and Brydon S.R. (1992). *Televised Presidential Debates: Advocacy in Contemporary America*. New York, Praeger.
- Lasswell, Harold D., Nathan Leites, Raymond Fadner, Joseph M. Goldsen, Alan Grey, Irving L. Janis, Abraham Kaplan, Alexander Mintz, I. De Sola Pool, Sergius Yakobson and David Kaplan (1949). *Language of politics; studies in quantitative semantics*. New York : George W. Stewart.
- Neustadt, Richard E. (1990). *Presidential power and the modern presidents: The politics of leadership from Roosevelt to Reagan (3rd edition)*. New York: Free Press.
- Orwell, George (1950). *Nineteen eighty-four*. New York: Signet Classic.
- Rhodes, R.A.W. (2008). Old Institutionalism, in: *The Oxford Handbook of Political Institutions*, ed. R.A.W. Rhodes, Sarah A. Binder and Bert A. Rockman, 90–111. Oxford: Oxford University Press.
- Shroeder, A. (1996). Watching Between the Lines: Presidential Debates as Television. *Harvard International Journal of Press and Politics*. p.73
- Van Dijk, Teun A. (1993). Discourse and Cognition in Society, in: *Communication Theory Today*, ed. David Crowley and David Mitchell, 107–26. Oxford: Pergamon Press.
- Van Dijk, Teun A. (1999). Political Discourse and Political Cognition, in: *Politics as Text and Talk. Analytical approaches to political discourse*, ed. Paul A. Chilton and Christina Schäffner, 204–36. Amsterdam: Benjamins.

UDC 342.849.2(44) "2012"
324(44):929 Sarkozy N."2012"
324(44):929 Hollande F."2012"

Oland i Sarkozy u kampanji: Različita shvatanja uloge predsednika

Sažetak



Kakav je predsednik potreban Francuzima? „Suština“ institucije predsednika može se razumeti i kroz različita shvatanja i preuzimanja uloge. Oland i Sarkozy se tokom kampanje za predsednika Francuske opredeljuju za dva načina preuzimanja uloge: model „normalnog“ predsednika (Oland) i model „svemogućeg“ predsednika (Sarkozy). Izbor strategije putem koje će se prilagoditi ulozi „idealnog predsednika“ nije u potpunosti slobodan, već zavisi od prethodnih institucionalnih iskustava, političkih resursa i kompetencija.

Ključne reči



Predsednička kampanja 2012, Francuska, političke institucije, društvene uloge, političko predstavljanje, strategija bliskosti

* Autorka je doktorantkinja Fakulteta političkih nauka Univerziteta u Beogradu.

Uvod

Tokom predsjedničke kampanje u Francuskoj 2012. pokrenuta je debata o „normalnom“ predsjedniku. Kakav je predsjednik potreban Francuzima? Kakav je uopšte idealan profil jednog predsjedničkog kandidata, kao čoveka koji pretenduje da preuzme najvišu funkciju u zemlji? Šta treba da radi predsjednik, kako treba da se ponaša?

U političkoj nauci dugo je vladalo mišljenje da predsjednik Francuske svoju moć crpi iz ovlašćenja koja su mu zagwarantovana Ustavom, a legitimitet iz neposrednog načina biranja. Tako se kroz analizu zakonodavnog okvira pristupalo instituciji¹. Prema drugom stanovištu, koje ću primeniti na analizu ovogodišnjih predsjedničkih izbora, instituciju predsjednika možemo da razumemo samo iz načina na koji se preuzimaju uloge koje se vezuju za tu instituciju (Berger et Luckmann, 1986). Berger i Lakman navode: „ako je tačno da su institucije objektivizirane kroz jezik, simbole, materijalne predmete, one mogu biti otelotvorene samo kroz načine na koje se preuzimaju uloge vezane za instituciju. Drugim rečima, odnos prema instituciji je pre svega odnos prema onome ko preuzima ulogu u instituciji“ (Berger et Luckmann, 1986: 96).

Uloge se različito igraju, a mogu se i menjati u zavisnosti od različitih publika i njihovih očekivanja.² Kao što je pokazano u velikoj studiji o gradonačelnicima u Francuskoj³, postoji veliki broj uloga koje se vezuju

[1] O instuciji predsjednika u Francuskoj videti: Lacroix, Bernard et Lagroye Jacques, *Le Président de la République. Usages et genèse d'une institution*, Presses de la FNSP, Paris, 1992; Gaxie, Daniel, „Les fondements de l'autorité présidentielle. Transformations structurelles et consolidation de l'institution“, u: Lacroix, Bernard, Lagroye, Jacques (dir.), *Le Président de la République. Usages et genèse d'une institution*, Presse de la FNSP, Paris, 1992; Lagroye, Jacques, „On ne subit pas son rôle“, *Politix*, № 38, 1997, pp. 7-17.

[2] Pojmovi „uloge“, „igranja uloge“, „publike“ korišćeni u ovom tekstu, u velikoj meri se oslanjaju na rad Ervinga Gofmana i njegovu knjigu *Kako se predstavljamo u svakodnevnom životu*.

[3] Za veliku studiju o gradonačelnicima u Francuskoj videti: Rapport du Groupe d'étude du métier politique (GEMEP), *Métier politique et communication*, Paris, CRP-Sorbonne, septembre 1990.

za istovetnu poziciju (gradonačelnik-graditelj, gradonačelnik-menadžer, gradonačelnik-partner) (Lagroye, 1997). Ono što važi za gradonačelnike, verujem da važi i za predsednika države. Predsednička kampanja je pokazala da Fransoa Oland (François Hollande) i Nikola Sarkozy (Nicolas Sarkozy) uz pomoć strategija prilagođavaju ulogu predsednika svom političkom identitetu i publici s kojom su u interakciji. To prilagođavanje se vrši u skladu s političkim resursima kojima raspolažu, njihovim kompetencijama i prethodnim institucionalnim iskustvima.

Tri strategije najjasnije opisuju taj proces prilagođavanja u slučaju Olanda i Sarkozija. Prva strategija se tiče odabira terena. Određenim stilom kampanje, kandidati simbolički naglašavaju mogućnost prilagođavanja različitoj publici, lokalnim sredinama i situacijama. Druga strategija se odnosi na odabir modela „idealnog“ predsednika i njegovo prilagođavanje „slici o sebi“⁴. Treća strategija se vezuje za izbor „pogodnih“ biografskih elemenata koji će da potkrepe sliku o kandidatu kao „idealnom“ predsedniku. Pri tome, strategije nikako nisu samo rezultat volje aktera, već su, usled interakcije s različitim publikom, podložne promenama.

Dva stila kampanje na terenu: strategija bliskosti nasuprot strategiji prisutnosti

Odabir terena i publike s kojom će se kandidat sresti ima veliki simbolički značaj u kampanji. Tokom interakcije s publikom, kandidati pokušavaju da „naglase“ ili „poboljšaju“ kvalitete za koje smatraju da su u skladu s ulogom, te da isprave one elemente imidža koji nisu saglasni s ulogom, odnosno sa očekivanjima publike (Sawicki, 1994:139).

Stilovi vođenja kampanje na terenu koje promovišu Fransoa Oland i Nikola Sarkozy bitno se razlikuju. Sarkozy bira kratki i efikasn pristup terenu, a takvi su mu i govori. Nižu se posete regionima, kratke posete školama, fabrikama (topionice, čeličane), poljoprivrednim dobrima, pa čak i jednoj bolnici. Tokom kampanje, Sarkozy je obavio 35 poseta, prenoseći poruku „možete me videti svuda, na svim mestima“.⁵ Ta strategija, koja je nastavak njegove medijske kampanje započete još 2002. na funkciji ministra unutrašnjih poslova, mogla bi se nazvati strategijom „prisutnosti“. Ona simbolički naglašava sveprisutnost, efikasnost i moć, koje će Sarkozy često vezivati za karakteristike kredibilnog predsedničkog kandidata. On uglavnom ide u ruralne zone i srednje gradove, dok „predgrađa“⁶

[4] „Akeri se nadaju da će slika o samima sebi koju predstavljaju publici biti dovoljno ubedljiva da ih publika doživi onako kako oni to žele. Goffman je taj interes aktera nazvao *upravljanje utiscima*. U njega spadaju tehnike koje akteri koriste da održe određene utiske urpkos problemima s kojima se susreću, kao i metode koje koriste da bi prevazišli te probleme“ (Goffmann, 1973: 67).

[5] www.lexpress.fr/actualite/politique/hollande-sarkozy-une-campagne-deux-styles_1111495.html (pristupljeno 10. 10. 2012)

[6] Ulazak u *cité* ima veliki simbolički značaj približavanja kandidata slojevima koji su „napušteni“ i za koje država Francuska ne garantuje ni zaštitu ni bezbednost, kršeći im neka od osnovnih ljudskih prava. Tokom 2005, desile su se ciklične pobune

(*cité*) posećuje samo jednom u kampanji. U medijskoj tajnosti posetu Dransiju (Drancy), severoistočnom predgrađu Pariza, pošto mu nakon poznatih govora o smanjenju broja stranaca u Francuskoj i uvođenja jače kontrole na granicama taj teren nije naklonjen. Najčešći format poseta jeste neformalni razgovor u malim grupama - u bistroima, u stanovima pristalica UMP-a ili na školskim sastancima. Cilj ovakvog vida kampanje, koji datira iz 2008, jeste da se „politički i društveni istomišljenici okupe u privatnom prostoru, koji je namerno ograničen kako bi naglasak bio na 'druženju i zajedništvu', a ne na ubeđivanju“ (Agrikoliansky, Heurtaux et Le Grignou, 2011).

Olandova strategija je potpuno suprotna Sarkozijevoj. Olandove posete su dugotrajne i redukovane u broju. Nasuprot Sarkoziju, opredeljuje se za strategiju „bliskosti“, slušanja, davanja vremena publici. Želeći da naglasi skromnu stranu svoje ličnosti, predsednički kandidat putuje vozom u udaljene gradove, dok posete traju i po deset sati, kao ona na pariskom Sajmu poljoprivrede.⁷ Poruka koju želi da prenese jeste „s vama sam“, a strategija je, pre svega, usmerena na uspostavljanje bliskog i ličnog kontakta, i predstavljanje sebe kao nekog ko „poklanja vreme drugima“. Ovu strategiju koristio je i popularni predsednik Miteran (Mitterand), govoreći „radije mirujem kako bih imao vremena za razmišljanje“, što i Oland čestoominje u svojim nastupima.⁸

Za razliku od Sarkozija koji izbegava nastupe u gomili, Oland se rado slika rukujući se i razgovarajući s građanima na pijaci i velikim gradskim trgovima, kako bi naglasio svoju sposobnost da bude blizak sa ljudima i da ih sasluša.-

Strategija bliskosti s građanima, dostupnosti, jednostavnosti prikazuje se kroz neformalne razgovore, dugo rukovanje, srdačne zagrljaje. Bliskost nije novina u političkim kampanjama, a poslednjih nekoliko godina, u Francuskoj, ona postaje „sezam svakog političkog uspeha“.⁹ Čak ju je i Sarkozy koristi u kampanji 2007, gradeći sliku o sebi kao „bliskom kandidatu“ na osnovu lokalne ukorenjenosti i dvadesetogodišnjeg iskustva na mestu gradonačelnika. Dostupnošću se gradi legitimitet budućeg šefa države i održava veza s grupama podrške (Lefebvre, 2000). Tom strategijom služe se odbornici, gradonačelnici, poslanici, pa i predsednički kandidati.¹⁰ Međutim, iako u širokoj upotrebi, fizička bliskost ne mora

u nekim od najvećih predgrađa u Parizu i širom Francuske protiv akcija policije, upotrebe prekomerne sile i nebezbednosti u predgrađima.

[7] www.lexpress.fr/actualite/politique/hollande-sarkozy-une-campagne-deux-styles_1111495.html (pristupljeno 10. 10. 2012).

[8] <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/339101-presidentielle-faire-une-campagne-de-terrain-exercice-perilleux-mais-necessaire.html> (pristupljeno 11. 10. 2012)

[9] Za detaljniju analizu upotrebe strategije bliskosti videti: Daguerre E., *Le député de proximité. Etudes sur les nouveaux députés élus en juin 2002*, Mémoire de DEA de Sociologie politique, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2005.

[10] Obratiti pažnju na dva broja časopisa *Politix* koji se bave tom temom: „Le métier de l'élu. Jeux de rôles“, № 28, 1994; „L'ordre parlementaire“, № 20, 1992.

uvek da umanju razliku, već u nekim slučajevima čak naglašava socijalnu distancu koja postoji između političara i građana (Lefebvre, 2004) .

Zašto bi onda Sarkozy odustao od strategije koja mu je donela uspeh 2007. godine? Da li je strategija bliskosti strategija koja uvek dobija izbore? Izbor strategije nije uvek potpuno slobodan. Odlazeći predsednik tako, uz protokolarna ograničenja, gust raspored i visok stepen zaštite ne može lako da bazira svoju izbornu kampanju na dostupnosti građanima. Prethodna uloga predsednika i sledstvena očekivanja publike sužavaju mu izbor.

Dva modela predsednikovanja: „normalni“ nasuprot „izuzetnom“ predsedniku

Uloga se transformiše i preuzima u skladu s očekivanjima publike, ali se model „najefikasnijeg“ ili „kredibilnog“ predsednika gradi u odnosu na već postojeću „sliku o sebi“. Dva modela predsednikovanja i načina vođenja politike veoma se jasno uočavaju i argumentuju u govorima Nikole Sarkozija i Fransoa Olanda tokom TV duela održanog pred drugi krug izbora. Dva kandidata suprotstavljala su svoje viđenje „uloge predsednika“, odgovarajući na pitanje novinara kako zamišljaju da vode državu i šta su glavne odlike „dobrog predsednika“.¹¹

Krenućemo od Nikole Sarkozija:

Mislim da je predsednik Republike neko ko snosi svoju odgovornost, ko mora biti duboko angažovan, ko nema pravo reći da ne može, da neće, da je hteo ali nije mogao. Neko ko mora biti u prvim redovima, ko mora dovesti do određenog broja izuzetno teških promena u jednom izuzetno složenom svetu.¹²

Značaj moći, hiperaktivnosti i efikasnosti u rešavanju stvari Sarkozy još jednom naglašava tokom duela:

Mislim da jedan predsednik Republike ne može govoriti kako je govorio predsednik Miteran u jednoj, sada već čuvenoj, TV emisiji o nezaposlenosti: *Sve smo probali, ali tu se ništa ne može*. Mislim da je predsednik Republike neko ko snosi odgovornost, ko donosi odluke, ko je sazeo od kriza koje je morao da prebrodi.

Model koji Sarkozy preuzima jeste model „svemogućeg predsednika“ - svuda prisutnog i hiperaktivnog predsednika koji menadžerski rešava stvari

[11] Ceo transkript TV debate može se naći na sajtu: www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/03/compte-rendu-integral-du-debat-nucleaire-institutions-politique-etrangere-partie-5_1694483_1471069.html. Svi dole navedeni citati direktno su preuzeti iz transkripta (pristupljeno 15. 10. 2012).

[12] Svi naredni citati predsedničkih kandidata preuzeti su iz transkripta TV debate: www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/03/compte-rendu-integral-du-debat-nucleaire-institutions-politique-etrangere-partie-5_1694483_1471069.html. Svi dole navedeni citati direktno su preuzeti iz transkripta (pristupljeno 15. 10. 2012).

i ne odustaje od svojih reformskih projekata čak ni kada su nepopularni. Primer za to je Sarkozijeva nepokolebljivost u slučaju penzione reforme koju je sproveo uprkos mesečnim protestima i velikim nezadovoljstvima građana, sindikata i asocijacija. Prema njegovom mišljenju, to je uloga koju građani očekuju od kredibilnog predsedničkog kandidata u vremenima krize.

S druge strane, Oland se opredeljuje za model „normalnog predsednika“, odnosno „bliskog predsednika“. Na talasu kritika da je Sarkozy „zavadio“ Francuze, posebno svojim antiimigracionim politikama i diskursom zaštite francuske kulture od uticaja islama, Oland gradi imdiž kandidata koji „okuplja“, što je i moto njegove kampanje¹³. Za njega je predsednik sve ono što Sarkozy nije bio tokom petogodišnjeg mandata.

Oland na sledeći način vidi budućeg predsednika Francuske:

Predsednik Francuske je onaj koji, pre svega, poštuje Francuze, to je neko ko ih uvažava. Predsednik koji neće biti predsednik svega, šef svima i na kraju odgovoran ni za šta. Ja ću, kao predsednik Republike, delovati tako da socijalni partneri budu uvaženi, i redovno ću održavati diskusije da bismo razlučili šta je pitanje zakona, a šta pitanje pregovora. Kao predsednik Republike, pokušaću da odredim glavne orijentacije politika, ali se istovremeno neću baviti svačim i zadržaću uvek brigu o bliskosti sa Francuzima.

Bliskost i tesne veze s grupama podrške, prema Olandu, čine „normalnost“ predsednikovanja:

Sigurno da predsednik mora biti na visini izazova krize. Ali on takođe mora biti blizak svom narodu kako bi ga uvek razumeo, to je ono što ja nazivam normalnim predsednikovanjem.

Svoj model gradi kao suprotnost svemu što Sarkozy u tom trenutku predstavlja. „Normalnost“ u diskursu označava svaki raskid s praksama svog prethodnika, raskid s ekcesima, fascinacijom novcem i moći, uplitanjem u rad nezavisnih institucija. Normalnost se gradi na umerenosti, poštovanju, kolegijalnosti i čak skromnosti, to jest na opoziciji patološkoj upotrebi moći. „Normalnost“ nije nov pojam u francuskoj politici, a već ga Segolen Rojal (Ségolène Royal) koristi kao sinonim za „biti bliže ljudima“ (Lefebvre, 2004). Normalnost i bliskost služe Olandu da legitimise svoju poziciju i napravi distinkciju u odnosu na Sarkozija. Međutim, kako Lefebvre pominje u svom članku o političkom predstavljanju, pojam „normalnosti“ pati od neodređenosti, to jest ne govori ništa o tome sa kim treba biti blizak, u kojim situacijama i putem kojih mehanizama predstavnici ostvaruju bliskost sa građanima (Lefebvre, 2000). U tom slučaju, normalnost je samo jedan od mogućih načina vođenja politike i države.

[13] www.parti-socialiste.fr/2012 (pristupljeno 20. 10. 2012).

Političke putanje (trajektorije) i kompetencije kandidata

Za kraj, osvrnuću se na način na koji se vrši odabir „pogodnih“ biografskih elemenata koji treba da potkrepe sliku o određenom kandidatu kao „idealnom“ predsedniku. Šta je dobar upravljač? Kakav je njegov profil? Koje kompetencije mora da ima? Oba kandidata pomoću tehnike „upravljanja utiscima“ (Goffmann, 1973) prilagođavaju određene elemente svojih biografija modelu idealnog predsednika.

Analizirajući zvanične biografije dva kandidata, nije zgoreg podsetiti da su političke i društvene putanje (*trajectoire*) oba kandidata „izuzetne“. Drugim rečima, obojica za funkciju predsednika pripadaju klasi „političkih profesionalaca“.¹⁴ Kada se govori o razlici između „običnih“ Francuza i njihovih političkih predstavnika, razlike su više nego upadljive. Podsetimo se samo sociološkog profila poslanika u francuskom parlamentu iz saziva 2007–2012: 83% poslanika čine muškarci, u proseku imaju iznad 55 godina, i samo njih 8% pripada „narodnim slojevima“ (*categories populaires*) (Abel et Grossman, 2011). Nasuprot tome, na nivou Francuske, 47,5% populacije iznad 15 godina pripada „narodnim slojevima“ (Rouban, 2011). Analizirajući političku i društvenu putanju dva kandidata, dolazimo do zaključaka o slaboj propusnosti institucija i sličnom sociološkom profilu dva predsednička kandidata.

Nikola Sarkozy rođen je pre 57 godina u Parizu u mađarsko-grčkoj porodici aristokratskog porekla. Završio je dobre gimnazije, katoličku školu i Univerzitet Pariz X Nanter. Nakon toga odlazi na prestižni Institut političkih nauka. Specijalizirao je poslovno i porodično pravo. Sa 23 godine postao je najmlađi gradonačelnik u Francuskoj. U periodu 1983–2002. obavlja posao gradonačelnika najbogatijeg grada na obodu Pariza, Neji sir Sena. Takođe obavlja brojne ministarske funkcije tokom dugogodišnje vlasti desnice, devedesetih godina. Bio je ministar budžeta, ministar komunikacija, ministar finansija i ministar unutrašnjih poslova. Poslanik je bio u francuskom i evropskom parlamentu.¹⁵ Sarkozy je kao političar obavljao sve izborne funkcije koje postoje u državi, ima dobru lokalnu ukorenjenost i medijsku pažnju kao državni funkcioner sa iskustvom, blizak centrima moći u državi i sa puno korisnih adresa u imeniku.

Ništa manje nije impresivan put Fransoa Olanda. Rođen je u Ruanu pre 58 godina, u porodici katolika, gde otac radi kao lekar specijalista. Sa 13 godina se seli u Neji sir Sen, rezidencijalni kraj Pariza. Pohađa najbolje gimnazije u Nejiu, diplomira na Institutu političkih nauka, da bi potom upisao prestižnu Nacionalnu školu administracije (ENA) koja obrazuje buduće državne funkcionere. Na ENA upoznaje svoju bivšu nevenčanu suprugu Segolen Rojal, prvu kandidatkinju za predsednika Francuske, 2007. godine. Po izlasku iz škole, zapošljava se u Revizorskom sudu,

[14] Profesionalcima u francuskoj politici detaljnije su se bavili: Gaxie, Daniel, *Les professionnels de la politique*, PUF, Paris, 1973; Offerlé, Michel, *La profession politique de XIXème à XXème siècle*, Belin, Paris, 1999.

[15] Sarkozijeva biografija preuzeta sa www.u-m-p.org/ (pristupljeno 20. 10. 2012).

nastavljajući političku karijeru kroz Socijalističku partiju. Oland provodi više od 30 godina u različitim ministarskim kabinetima, na stranačkim dužnostima, izbornim funkcijama i najposle kao gradonačelnik Tila (Tulle). Tokom svoje duge političke karijere, uspeo je da stekne političke kompetencije, veštine i tehnike. Međutim, ono što ga razlikuje od Sarkozija jeste da je prvo zauzimao stranačke visoke funkcije, da bi se tek potom vratio na lokal, gde je tražio svoje uporište. Takođe, Oland je prvi francuski kandidat za predsednika od 1920. koji nije služio prethodno kao ministar ili pomoćnik ministra.¹⁶

Iz priloženih biografija jasno je da se stručnost i iskustvo posebno vrednuju u trci za predsednika Francuske, kao i broj izbornih funkcija, koje govore o legitimitetu kandidata. Stoga, Sarkozy u kampanji posebno naglašava iskustvo u obavljanju državnih poslova i to da „idealni predsednik“ mora biti na visini izazova koji mu predstoje. U kontekstu ekonomske i institucionalne krize, Sarkozy ističe da „neće biti početak“ u obavljanju predsedničkih dužnosti i da je njegova prednost ustaljenost na funkciji i izgrađeni stav prema pojedinim evropskim liderima.¹⁷ Neiskustvo u ministarskim poslovima Oland pokušava da nadomesti potenciranjem „normalnosti“ uprkos svojoj impresivnoj političkoj biografiji. Osobine koje su njegovi prethodnici označavali kao neiskustvo, nestručnost, dobrodušnost, indolentnost, neodlučnost, Oland afirmiše kroz ideju „normalnosti“. U skladu sa svojim političkim identitetom, Oland je u obavezi da strateški smisli čime bi nadomestio ministarsko neiskustvo i nedostatak harizme koju institucija donosi. „Vladanje institucijom, mogućnost obraćanja u njeno ime, daje osnovne resurse u političkoj borbi, kako materijalne tako i simbolične, čija se vrednost stalno reaktivira kroz govore i protokolarne mizanscene: tako institucije postaju izvor harizme“ (Lagroye, 2002: 314). U tom smislu, on pribegava strategiji „bliskosti“ i vraćanju na lokal, tako što naglašava biografske elemente koji su vezani za lokalnu ukorenjenost iz koje crpi legitimitet, što je u skladu i s političkim resursima na koje se oslanja. Umesto na bliske odnose s centrima moći u Francuskoj i u Evropi, Oland svoju snagu crpi iz „običnih Francuza“ koji ga podržavaju.

Zaključak

Na primeru francuskih izbora iz 2012, uočljiv je sukob između dva načina da se zauzme mesto predsednika države: upravljanje preko „slušanja i bliskosti“ koje odgovara predsedniku animatoru, nasuprot efikasnom upravljanju koje je bliže predsedniku menadžeru ili preduzetniku. Očigledno je da ne postoji jedna prava ili pobednička strategija, kao što nije poznat ni idealni profil predsednika. Iscrtavanje budućih poteza

[16] Olandova biografija preuzeta sa www.parti-socialiste.fr/2012 (pristupljeno 20. 10. 2012).

[17] www.lemonde.fr/election-presidentielle-2012/article/2012/05/03/compte-rendu-integral-du-debat-nucleaire-institutions-politique-etrangere-partie-5_1694483_1471069.html. Navedeni citati su preuzeti iz transkripta (pristupljeno 15. 10. 2012).

predsednika i stila predsednikovanja dešava se još tokom predizborne kampanje kada se kandidati poistovećuju s „idealnim predsednikom“, prilagođavajući se zahtevima nove uloge koju će preuzeti. Ostaje da se vidi kako će novi predsednik Francuske François Oland nastupiti na narednim izborima i da li će biti u mogućnosti da nakon iskustva predsednikovanja, izmenjenih političkih resursa i novih kompetencija ponovo primeni strategiju koja mu je donela mesto predsednika države. •

Oland and Sarkozy in campaign: Different understanding of the presidential role

Abstract



What kind of President are the French looking for? The presidential institution can be understood through different role taking. During the french presidential campaign, Hollande and Sarkozy opted for two different concepts of role taking: the model of the „normal“ president (Hollande) and the model of the „omnipotent“ president (Sarkozy). The strategic choice of how to adjust to the role of the „ideal president“ is not only voluntaristic but is also constrained by previous institutional experiences, political resources and competences.

Keywords



Presidential campaign 2012, France, political institutions, social roles, political representation, strategy of proximity

Literatura



- Agrikoliansky, Éric, Heurtaux, Jérôme et Le Grignou, Brigitte, *Paris en campagne. Les élections municipales de mars 2008 dans deux arrondissements parisiens*, Éditions du Croquant, Paris, 2011.
- Berger, Peter et Luckmann Thomas, *La construction sociale de la réalité*, Méridiens Klincksieck, Paris, 1986.
- Briquet, Jean-Louis, „Communiquer en actes. Prescriptions de rôle et exercice quotidien du métier politique“, *Politix*, vol. 7, № 28, 1994, pp. 16-26.
- Daguerre E., *Le député de proximité. Etudes sur les nouveaux députés élus en juin 2002*, Mémoire de DEA de Sociologie politique, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2005.
- François, Abel et Grossman Emiliano, „Qui sont les députés français de la V^e République“, *La Vie des idées.fr*, janvier 2011, www.laviedesidees.fr/Qui-sont-les-deputes-francais-de.html.
- Gaxie, Daniel, *Les professionnels de la politique*, PUF, Paris, 1973.
- Gaxie, Daniel, „Les fondements de l'autorité présidentielle. Transformations structurelles et consolidation de l'institution“, in : Lacroix, Bernard, Lagroye, Jacques, (dir.) *Le Président de la République. Usages et genèse d'une institution*, Presse de la FNSP, Paris, 1992.

- Goffman, Erving, *La mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi*, Minuit, Paris, 1973.
- Lacroix, Bernard et Lagroye Jacques, *Le Président de la République. Usages et genèse d'une institution*, Presses de la FNSP, Paris, 1992.
- Lagroye, Jacques, „On ne subit pas son rôle“, *Politix*, № 38, 1997, pp.7-17.
- Lefebvre, Rémi, *Rhétorique de la proximité et crise de la représentation: Cahiers lillois d'économie et de sociologie*, № 35-36, 2000.
- Lagroye, Jacques et al., *Sociologie politique*, Presses de Sciences Po et Dalloz, Paris, 2012.
- Lefebvre, Rémi, „Quand légitimité rime avec proximité“, *Mouvements*, 2004.
- Lefebvre, Rémi, „La difficile notabilisation de Martine Aubry à Lille. Entre prescriptions de rôles et contraintes d'identité“, *Politix*, vol. 17, № 65, 2004, pp. 119-146.
- Offerlé, Michel, *La profession politique de XIXème à XXème siècle*, Belin, Paris, 1999.
- Rouban, Luc, „Sociologie politique des députés de la V^e République, 1958-2007“, *Les Cahiers du CEVIPOF*, № 55, 2011.
- Sawicki, Frédéric, „L'homme politique en campagne. L'élection municipale de Dunkerque en mars 1989“, *Politix*, vol. 7, № 28, 1994, pp. 127-139.

Internet izvori



- www.u-m-p.org/ (pristupljeno 20. 10. 2012).
- www.parti-socialiste.fr/2012 (pristupljeno 20. 10. 2012).
- <http://blogs.mediapart.fr/edition/sociologie-politique-des-elections> (pristupljeno 18. 10. 2012)
- www.lemonde.fr/election-presidentielle2012/article/2012/05/03/compte-rendu-integral-du-debat-nucleaire-institutions-politique-etrangere-partie-5_1694483_1471069.html (pristupljeno 15. 10. 2012).
- <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/339101-presidentielle-faire-une-campagne-de-terrain-exercice-perilleux-mais-necessaire.html> (pristupljeno 11. 10. 2012).
- www.lexpress.fr/actualite/politique/hollande-sarkozy-une-campagne-deux-styles_1111495.html (pristupljeno 10. 10. 2012).
- Hollande and Sarkozy in the Campaign: Different Presidential Role Perceptions

UDC 342.53
324(497.16):929 Đukanović M.“2012”
323.15:342.8

Izbori u Crnoj Gori: Novi povratak Đukanovića

Sažetak



Tekst se bavi efektima devetih parlamentarnih izbora održanih u Crnoj Gori, u oktobru 2012. godine. U fokusu interesovanja jesu efekti promjena izbornog zakona, koji je prevashodno tretirao pitanje uvođenja institucionalnih mehanizama za bolju predstavljenost manjina, odnosno žena, kao i pitanjem povratka nekadašnjeg dugogodišnjeg premijera i predsjednika države na ključnu poziciju unutar izvršne vlasti.

Ključne riječi



Izbori, izborni sistem, izborna reforma, Crna Gora

* Autor je saradnik u nastavi na Fakultetu političkih nauka u Podgorici, student doktorskih studija Komparativna politika na Fakultetu političkih znanosti u Zagrebu i predsjednik Centra za monitoring i istraživanje CeMI iz Podgorice.

Sredinom oktobra ove godine, održani su u Crnoj Gori deveti, ovog puta prijevremeni, parlamentarni izbori. Vladajući DPS se opredijelio za održavanje prijevremenih izbora u cilju izbjegavanja zimskog perioda, kada se očekuje dodatni pad standarda stanovništva. Umjesto očekivanog blickriga, nalik onom iz 2006, kada se predizborna kampanja poklapala s turističkom sezonom, a izbori održani u drugoj polovini septembra, ovoga puta usljed pritiska opozicije, birači su birali svoje predstavnike sredinom oktobra, u terminu koji je omogućio opoziciji dovoljno vremena i korektne uslove za sprovođenje kampanje.

Među građanima vlada snažno nezadovoljstvo lošom ekonomsko-socijalnom situacijom, samo djelimično popravljenom rezultatima uspješne turističke sezone. Gotovo sva istraživanja javnog mnjenja i dalje ukazuju da problemi koji najviše opterećuju građane spadaju u grupu ekonomsko-socijalnih, kao što su nezapošlenost, siromaštvo i ekonomska kriza.

U cilju izbjegavanja zimskog perioda, DPS je izabrao datum, za koji je vjerovao, da može da minimizuje rizik da ova partija, koja je na vlasti od 1990. (a ako se uzme u obzir da je riječ o transformisanom Savezu komunista Crne Gore, skoro 70 godina), i dalje bude akter koji kontroliše sve strukture vlasti. Iako je broj mandata koji je osvojila koalicija okupljena oko DPS-a bio značajno ispod onoga što su bila njihova očekivanja, ova partija je zadržala poziciju koja joj omogućava da i dalje dominira u političkom sistemu.

Prvi izostanak apsolutne pobjede vladajuće grupacije od 2001.

Crna Gora je drugi put tokom svog višestranačja bila u prilici da isprati postizborne pregovore, jer nijedna od kandidatskih listi nije osvojila apsolutnu većinu mandata u crnogorskom parlamentu. Pregovori o postizbornoj koaliciji su se odvijali između partija, od kojih su one koje odlučuju o apsolutnoj većini bile dio jedinstvene liste na prethodnim

izborima¹, odnosno koalicije koja je vršila vlast u prethodnom mandatu. Za razliku od postizbornih pregovora, između nekadašnjih koalicionih partnera, u susjednoj Srbiji, koji su obilovali neizvjesnošću i neočekivanim obrtom, dogovor o novoj parlamentarnoj većini u Crnoj Gori proticao je mirno, s visokim stepenom izvjesnosti. Iako je sami rezultat izazvao oduševljenje kod opozicije usljed činjenice da politička grupacija okupljena oko lidera vladajuće koalicije Đukanovića nije osvojila apsolutnu većinu, drugi put od obnavljanja višestranačja, bilo je više nego jasno da su manjinske partije koje su imale ključ nove vladajuće većine više nego odlučne da uđu u koaliciju s dosadašnjim koalicionim partnerima (Bošnjačka partija i Hrvatska građanska inicijativa). Ni primamljivi mamci, da BP predloži premijera, po ugledu na srpski scenario, lansirani kao probni balon nijesu pokolebali manjinske partije. Umjesto korišćenja kapaciteta „ucjene“, manjinske partije su izašle s realnim zahtjevima. Stekao se utisak da je nova vladajuća koalicija bila dogovorena i prije nego što su održani izbori. Svako je znao koje mjesto mu pripada.

Izmjene izbornog zakona

Za Crnu Goru se može reći da je imala relativno stabilan izborni sistem, koji nije bio predmet čestih i radikalnih promjena. Zakonodavac se opredijelio za proporcionalni sistem partijskih lista u kome je, u najvećem dijelu vremena, Crna Gora predstavljala jednu izbornu jedinicu. Ipak, vladajuća koalicija pribjegavala je ponekad izmjenama izbornog zakonodastva u cilju pojačanja svojih šansi na izborni uspjeh. Najradikalniji potez preduzet je 1996, kada je nakon raspisivanja izbora, jednostrano, bez učešća opozicije, Crna Gora podijeljena na 14 izbornih jedinica. Ovaj potez je značajno uticao na izborni ishod, prevashodno zbog veličine izbornih jedinica (u nekim jedinicama magnituda je bila 1), kao i velikog procenta rasutih glasova (partije koje nijesu učestvovala u raspodjeli mandata osvojile su 22% glasova).

[1] Na izborima 2009. DPS je nastupio u koaliciji sa Socijaldemokratskom partijom, Bošnjačkom strankom i Hrvatskom građanskom inicijativom. Pored koalicije koja je usvojila apsolutnu većinu, u formiranju vlade priključila im se i Demokratska unija Albanaca.

Tabela 1: Pregled osnovnih strukturnih elemenata izbornog sistema u Crnoj Gori

Izbori	Veličina parlamenta	Izborni sistem	Broj izbornih jedinica	Veličina izborne jedinice	Cenzus	Tip izborne liste	Preferencijalno glasanje	Izborna formula
1990.	125	Sistem partijskih lista	20	1-29	4%	Zatvorena blokirana	Ne	D'Hont
1992.	85	Sistem partijskih lista	1	85	4%	Zatvorena blokirana	Ne	D'Hont
1996.	71	Sistem partijskih lista	14	1-17	4%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
1998.	73	Sistem partijskih lista	1	73 (5)	3%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
2001.	77	Sistem partijskih lista	1	77 (5)	3%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
2002.	75	Sistem partijskih lista	1	1 (4)	3%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
2006.	81	Sistem partijskih lista	1	81 (5)	3%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
2009.	81	Sistem partijskih lista	1	81 (5)	3%	Zatvorena modifikovana blokirana lista	Ne	D'Hont
2012.	81	Sistem partijskih lista	1	81	3% za manjinske partije 0,4 za partije hrvatske manjine	Zatvorena blokirana lista	Ne	D'Hont

Danas, Crna Gora koristi proporcionalni sistem partijskih lista u kome ona predstavlja jedinstvenu izbornu listu. Kandidati glasaju opredjeljujući se za jednu od kandidatskih lista, a redosljed unutar liste je blokiran. Izborni cenzus iznosi 3%, dok se za raspodjelu mandata koristi D'Hontova metoda.

Od dejstva zakonskog cenzusa od 3% izuzete su manjinske liste, za koje je predviđen cenzus od 0,7%, odnosno za pripadnike hrvatske nacionalne zajednice 0,35%. Označeni procenti ne predstavljaju samo zakonski prag već i minimum glasova potrebnih da se steknu uslovi za prvi rezervisani mandat. Naime, ako je samo jedna partija koja se prijavila za korišćenje principa „pozitivne diskriminacije“ prešla označeni cenzus, ona ima pravo na jedan mandat, bez obzira na to da li je D'Hontov količnik u rezultatu te kandidatske liste. Ukoliko, više lista, određene manjinske zajednice pređe cenzus od 0,7%, rezultati tih lista se objedinjuju, tretiraju kao jedinstvena lista koja sa zbirnim rezultatom učestvuje u procesu raspodjele mandata D'Hontovom formulom. Po ovom osnovu putem zbirne liste se ne može raspodijeliti više od tri mandata bez obzira na broj puta koliko se D'Hontov količnik sadrži u rezultatu tako objedinjene liste.

Ovo rješenje je po prvi put primijenjeno na ovim izborima i donijelo je značajne promjene kada je riječ o predstavljenosti albanske zajednice, koja je ovog puta obezbijedila dva mandata, za razliku od pet rezervisanih mandata na osnovu prethodnog zakonskog rješenja. Novousvojena rješenja najviše su pogodovala hrvatskoj zajednici, čija je partija (HGI) došla do mandata i bez do sada nužnog koaliranja s vladajućim partijama.

Posljednje promjene izbornog zakona odigrale su se usljed zahtjeva EU da je za početak pregovora nužno, pored ostalog, i usaglasiti izborni zakon sa Ustavom Crne Gore, usvojenim 2007. godine. U toj situaciji svi politički akteri su tražili svoju priliku. No, umjesto kvalitetne rasprave oko izmjena izbornog okvira „prosrpska opozicija“ prihvatila je da podršku dvotrećinskoj većini, potrebnoj za izmjene izbornog zakona, uslovi, umjesto korekcijama izbornog zakona, nazivom predmeta učenja maternjeg jezika u osnovnim i srednjim školama². Izostanak stručne rasprave DPS je iskoristio i redizajnirao izborni sistem koji mu je omogućio da njihovi koalicioni partneri, manjinske partije, umjesto skupih mandata sa zajedničke izborne liste, veoma lako dođu do „jeftinih“ mandata rezervisanih za manjinske partije. To je olakšalo DPS-u da dođe do nove, sigurne parlamentarne većine. Izmjene izbornog sistema su predvidjele i mehanizam za institucionalno unapređenje manje zastupljenog pola. Međutim, ovo

[2] Jedno od identitetskih pitanja koje dominira nakon referenduma jeste naziv zvaničnog jezika, kao i nastavni predmet koji ga obrađuje. Usvajanjem Ustava Crne Gore 2007. crnogorski jezik je postao zvanični. To je izazvalo burne reakcije „prosrpskih partija“, nastavnika tadašnjeg predmeta srpski jezik i književnost, koji su tražili da zvanični jezik ostane i dalje srpski. S uvođenjem crnogorskog jezika kao službenog pokrenut je proces uvođenja nastavnog predmeta u osnovnim i srednjim školama, kao izrada pravopisa i gramatike. Dio opozicije je pokrenuo snažnu akciju koja je trebalo da spriječi uvođenje crnogorskog jezika u škole. Kao dio te kampanje tretirano je i pitanja izmjena izbornog zakona. SNP i Nova su dale podršku novom izbornom zakonu tek kada je napravljen kompromis oko predmeta u školama. Nažalost, propuštena je prilika da se značajnije otklone nedostaci ovog izbornog zakona.

rješenje je postavljeno na način da omogućava zaobilaženje ostvarenja njegovog osnovnog cilja. Partije imaju obavezu da najmanje 30% kandidata na listama bude iz manje zastupljenog pola. Međutim, nije prihvaćen prijedlog da svaki treći kandidat na listi bude iz manje zastupljenog pola, te da svako ko prestane da obavlja poslaničku dužnost, bude zamjenjen kandidatom istog pola. Kao posljedica jednog takvog rješenja u prvom rasporedu bilo je 12 poslanica od 81 člana crnogorskog parlamenta, što je predstavljalo 15%, neznatno više od 12,3% iz prethodnog saziva. Većina partija je svoje kandidatkinje stavljala niže na listi, samo formalno poštujući zakonsku odredbu. Situacija se djelimično promijenila kada je značajan dio poslanika iz DPS-a podnio ostavku usljed nekompatibilnosti, odnosno nespojivosti poslaničke s drugim javnim funkcijama kako je to predviđeno Zakonom o sprečavanju sukoba interesa. Svega jedna partija je ispoštovala zakonsku normu, pritom opredijelivši se da svaki treći na listi bude iz redova manje zastupljenog pola. Riječ je o novoj političkoj partiji, pozajmljenog naziva iz Slovenije – Pozitivna Crna Gora.

Ishod izbora: Numerički *status quo*

Iako, prvi pogled na rezultate izbora nas upućuje da je značajna činjenica da nijedna partija/koalicija nije došla do apsolutne većine, pažljivije upoređivanje rezultata ukazuje da su partije koje su vršile vlast u prethodnom mandatu, ne samo ponovile već poboljšale rezultat s prethodnih izbora, istina ovog puta u nešto izmijenjenoj izbornoj strategiji. Partije koje su nastupile na izborima 2009. koalicija okupljena oko DPS-a, na prethodnim izborima zajedno s manjinskom HGI i Bošnjačkom partijom osvojila je oko 168.000, dok je Liberalna partija u koaliciji sa jednom manjom partijom osvojila nešto manje od 9.000 glasova. Sve zajedno oko 177.000. Ti su subjekti na ovim izborima osvojili 182.000 glasova. Numerički gledano vladajuća koalicija je zabilježila napredak, koji je bilo moguće ostvariti usljed bolje izborne strategije i samostalnog nastupa manjinskih partija, koji je bio prilagođen izmjenama izbornog zakona.

Iako bi izrečeno moglo da vodi zaključku da su DPS i njegovi saveznici ostvarili veliki uspjeh, rezultati u nekim opštinama, povećana izlaznost na izborima, te ukupno više opozicionih glasova nego na prethodnim izborima, kao i gubitak druge po veličini opštine (Nikšić), govore da nezadovoljstvo može u perspektivi da rezultira otkazivanjem podrške, partiji koja dominira političkim sistemom Crne Gore od obnove višestranačja.

Tabela 2: Zvanični rezultati parlamentarnih izbora održanih 14. oktobra 2012.

	Glasovi	%	Mandati
1. Albanska omladinska Alijansa	531	0,1	0
2. Srpska sloga	5.275	1,5	0
3. Hrvatska građanska inicijativa	1.514	0,4	1
4. Pozitivna Crna Gora - Darko Pajović	29.885	8,4	7
5. SNP Socijalistička narodna partija Crne Gore - I riječ i djelo	40.079	11,2	9
6. Demokratska unija Albanaca	2.852	0,8	0
7. Albanska koalicija - Demokratski savez u Crnoj Gori, Demokratska partija	3.845	1,1	1
8. Demokratski front - Miodrag Lekić	82.752	23,2	20
9. Forca za jedinstvo	5.244	1,5	1
10. Bošnjačka stranka - Rafet Husović	15.124	4,2	3
11. Koalicija evropska Crna Gora - Milo Đukanović	165.380	46,3	39
12. Zajedno	1.384	0,4	0
13. Srpski nacionalni savez - dr Ranko Kadić	3.085	0,9	0

- u birački spisak ukupno upisano **514.055** birača;
- na biračkim mjestima glasalo **347.424** birača;
- van biračkih mjesta odnosno putem pisma glasalo **15.290** birača;
- glasalo ukupno **362.714** birača;
- bilo primljeno **515.035** glasačkih listića, od čega 981 za glasanje zatvorenih i pritvorenih lica;
- bilo **152.321** neupotrijebljenih glasačkih listića;
- bilo **362.714** upotrijebljenih glasačkih listića;
- bilo **5.764** nevažećih glasačkih listića;
- bilo **356.950** važećih listića.

Radi praćenja izbornih rezultata važno je ispratiti raspored raspodijeljenih mandata, kao i efekte koaliranja. Iz tabele 3 može se primijetiti da je najveću negativnu promjenu pretrpila opoziciona SNP. Ova partija je zabilježila pad, tako da ima 11,1% u odnosu na 19,8% mandata, ili pad od 44%, u odnosu na rezultat s prethodnih izbora. Ovakav rezultat je najvećim dijelom posljedica podjela unutar partije i prelaska dijela rukovodstva ove partije u novoosnovanu izbornu koaliciju Demokratski front.

Iako prema raspodjeli mandata PzP i Nova nijesu zabilježile napredak, lista koju čine ove partije, ojačana do sada politički neangažovanim pojedincima i nekadašnjim rukovodiocima SNP-a osvojila je 20, u odnosu na 13 mandata, koliko su ove dvije partije imale u prethodnom sazivu. To je skok sa 16% na 25% u ukupnom učešću, ili 56% više poslanika nego u prethodnom mandatu. Ovo je svakako veliki uspjeh, ali je teško procijeniti kolika je uloga njihovog novog lidera Lekića, te Bulatovića, koji je predvodio otcijepljeni dio SNP-a. Jačinu ove dvije partije, na bazi broja mandata, dok su dio zajedničkog kluba poslanika DF, treba uzeti sa oprezom. Pravi odnos snaga će se moći procijeniti nakon formiranja

posebnih klubova poslanika što se svakako neće desiti prije predsjedničkih izbora koji će biti održani, najvjerovatnije, u prvom kvartalu naredne godine. Jedan značajan broj nezavisnih kandidata je izabran iz kvote ove dvije partije unutar DF, tako da treba sačekati sa konačnim ocjenama jačine partija na bazi broja mandata sa kojima raspolažu.

Pozitivna Crna Gora je uspjela da se nametne kao novi, i u određenim lokalnim kombinatorikama nezaobilazni opozicioni faktor. Pozitivna je osvojila, za novu partiju, koja je postojala svega nekoliko mjeseci prije izbora, respektabilnih sedam mandata i izjednačila se, po broju mandata, sa SDP-om, drugom po jačini vladajućom partijom. Taj rezultat je niži od Pokreta za promjene na izborima 2006. kada je ova partija po prvi put izašla na izbore, ali je dovoljno veliki da daje partiji dobru poziciju za jačanje političke podrške.

Pored SNP-a, koji svakako predstavlja partiju koja je doživjela najteži gubitak, albanske manjinske partije su takođe ostvarile značajno lošiji rezultat, kada je riječ o broju osvojenih mandata. Na izborima 2009. ove partije su osvojile četiri od pet „rezervisanih“³ mandata, da bi na ovim izborima broj osvojenih mandata bio prepolovljen na dva. Iako su na ovim izborima osvojili 12.447 glasova, 1.561 glas manje u odnosu na 2009. kada su osvojili 14.008 glasova, albanske partije su usljed izmijenjenog izbornog sistema raspolagale za polovinu mandata manje.

Van parlamenta su ostale krajnje desne partije „prosrpske“ orijentacije, tako da sada unutar parlamenta nema partija koje žele da zauzimanju krajnje desnu poziciju („prosrpske“ orijentacije). Mandate nijesu osvojile koalicija partija Srpska sloga, okupljenih oko Srpske liste i Narodne stranke, kao ni Srpski nacionalni savez, predvođen Demokratskom srpskom strankom.

[3] Kao dio sporazuma demokratskih opozicionih partija i dijela tadašnjeg DPS-a predvođenog Milom Đukanovićem, odnosno uslova da ga ove, zajedno s manjinskim albanskim partijama, podrže na predsjedničkim izborima, bilo je i utvrđivanje „sistema pozitivne diskriminacije“ koji bi garantovao pripadnicima albanske zajednice izbor njihovih predstavnika u crnogorski parlament. Na tragu te odluke došlo je do promjene izbornog zakona i uvođenja tzv. biračkih mjesta određenih posebnom odlukom Skupštine RCG“, na kojima se biraju poslanici albanske nacionalnosti. Za partije koje su osvojile mandate na posebnim biračkim mjestima nije bilo potrebno da ostvare cenzus na nivou jedinstvene izborne jedinice, koja predstavlja Crnu Goru, dok je za partije koje učestvuju u raspodjeli mandata na ostalim biračkim mjestima bilo potrebno da ostvare cenzus i na nacionalnom nivou. U cilju bolje zastupljenosti predstavnika albanske nacionalnosti donijeta je odluka da se na tim izborima pet mandata, od ukupno 78, raspodijeli na biračkim mjestima određenim posebnom odlukom Skupštine RCG, a na kojima Albanci čine većinu biračkog tijela. Ovakvo rješenje je zadržano i na izborima održanim 2001, odnosno 2002, s tim da je na izborima održanim 2002. broj mandata smanjen na četiri, a već na narednim izborima, 2006, vraćen na pet mandata (Vujović, Tomović, 2010: 18).

Tabela 3: Pregled izbornih rezultata prema osvojenim mandatima nakon obnove nezavisnosti

Partija	2006.		2009. (2012-2009)		2012.		Razlika
	Broj	(%)	Broj	(%)	Broj	(%)	
DPS	32	39,5	35	43,2	31	38,3	-4,9
SDP	8	9,1	9	11,1	7	8,6	-2,5
SNP	8	9,1	16	19,8	9	11,1	-8,7
SNS/NOVA*	9	11,1	8	9,9	8	9,9	0
Pozitivna CG	-	-	-	-	7	8,6	-
DF					7 (20)	8,6 (24,7)	-
PzP	11	13,6	5	6,2	5	6,2	0
BS	2	2,5	3	3,7	3	3,7	0
LP	1	1,2	0	0	1	1,2	1,2
HGI	1	1,2	1	1,2	1	1,2	0
FORCA			1	1,2	1	1,2	0
DUA	1	1,2	1	1,2	0	0	-1,2
DP	-	-	-	-	1	1,2	-
DSCG	1	1,2	1	1,2	0	0	-
NS	2	2,5	0	0	0	0	-
SRS	1	1,2	0	0	0	0	
AA	1	1,2	1	1,2	0	0	
DSS	1	1,2	0	0	0	0	
DSJ	1	1,2	0	0	1	1,2	
NSS	1	1,2	0	0	0	0	
AP			1	1,2	0	0	-
Crna Gora	81		81		81		

* Nova srpska demokratija predstavlja, prvenstveno, transformisanu Srpsku narodnu stranku, koja se 2009. ujedinila s Narodnom socijalističkom partijom, otcijepljenim dijelom SNP-a, koje je nekad predvodio nekadašnji lider SNP-a Momir Bulatović. Narodna socijalistička partija je imala parlamentarni status zahvaljujući pripadnosti koaliciji Spska lista, koju je predvodila Srpska narodna stranka. Stvaranjem nove partije njeni osnivači su pokušali da se približe političkom centru, što je izazvalo otpore unutar stranke koji su rezultirali stvaranjem nove partije predvođene Dobrilom Dedejićem, jednim od lidera Srpske narodne stranke.

Novi povratak Đukanovića

Dilema da li se Đukanović vraća u izvršnu vlast gotovo da nikad nije prestala da privlači pažnju javnosti u Crnoj Gori. Dodatno je aktualizovana s prvim preliminarnim rezultatima izbora. Oslabljene pozicije DPS-a, kao umanjene šanse da eventualno sadašnji predsjednik obnovi svoj mandat na izborima koji će biti održani početkom naredne godine, natjerale

su Đukanovića da se ponovo vrati na poziciju unutar izvršne vlasti. Đukanoviću je ovo novi povratak, nakon dva dosadašnja povlačenja. Prvi put se vratio neposredno pred predsjedničke izbore 2008. godine. I tog, kao i ovog puta, DPS nema kandidata koji bi garantovao uspjeh na predsjedničkim izborima. I sada, kao i pred izbore 2008, procjene u DPS-u su da nije moguće bez Đukanovića pobijediti na ovim izborima. Očigledno je da su procjene unutar vladajuće partije da nije dovoljno da on učestvuje u kampanji samo kao predsjednik partije. Bez obzira na to ko će biti kandidat vladajuće koalicije, jasno je da te izbore, ukoliko vladajuće partije žele uspjeh, mora voditi Đukanović. Bilo kao predsjednički kandidat, bilo kao premijer. To smo već vidjeli 1998, kada se Đukanović s premijerske pozicije kandidovao za predsjednika, odnosno 2008, kada je bilo jasno da Vujanović bez povratka Đukanovića na mjesto premijera ne može dobiti izbore. Nastupi predsjednika Vujanovića, tokom predizborne kampanje 2008, najbolje oslikavaju značaj samog Đukanovića. Vujanović, dominantno, tokom predizborne kampanje, nije davao obećanja, već je obećavao u ime Đukanovića. Rezultati posljednjih izbora govore da je Đukanovićev uticaj na birače, kada je van izvršne vlasti, značajno manji, pa je tako teško očekivati da Đukanović može da garantuje uspjeh u predsjedničkoj kampanji s pozicije predsjednika DPS-a, osim ako je sam kandidat, odnosno ukoliko se ponovi situacija iz 2008. kada predsjednički kandidat daje obećanja koja će Đukanović a ne on sam ispunjavati. Međutim, i takav scenario nije garantovao uspjeh. Iznenađujuće je da se Đukanović odlučio za premijersku poziciju neposredno pred predsjedničke izbore. Prije je bilo za očekivati da se, kao 1998, kandiduje za ovu poziciju. Posebno usljed činjenice da je Vujanović već bio predsjednik Crne Gore u dva mandata, te da značajan broj stručnjaka smatra da nema pravo i na treći mandat, uključujući i predsjednika Skupštine Crne Gore Krivokapića, ujedno i predsjednika najjačeg koalicionog partnera SDP-a. Podržavaoci Vujanovićeve kandidature tvrde da on ima pravo na treći mandat zbog toga što prvi mandate nije u potpunosti odradio u nezavisnoj državi, već samo tri godine. Ustav i zakon o sprovođenju Ustava ne tretiraju ovo pitanje. Naredni mjeseci će otkloniti dilemu da li će Đukanović biti novi predsjednički kandidat, procjenjujući kao 1997. da vladajuće partije ne raspolažu s drugim kandidatima koji garantuju uspjeh, ili se pored činjenice da više preferira poziciju premijera, odlučio da ipak ostavi prostora za manevar i u slučaju poraza kandidata vladajuće koalicije na predsjedničkim izborima.

Lista skraćenica:

DPS	- Demokratska partija socijalista
SDP	- Socijaldemokratska partija
SNP	- Socijalistička narodna partija
SNS/NOVA	- Srpska narodna stranka / Nova srpska demokratija - NOVA (novo ime)
Pozitivna CG	- Pozitivna Crna Gora
DF	- Demokratski front
PzP	- Pokret za promjene
BS	- Bošnjačka stranka
LP	- Liberalna partija
HGI	- Hrvatska građanska inicijativa
DUA	- Demokratska unija Albanaca
DP	- Demokratska partija
DSCG	- Demokratski savez u Crnoj Gori
NS	- Narodna stranka
SRS	- Srpska radikalna stranka
AA	- Albanska alternativa
DSS	- Demokratska srpska stranka
DSJ	- Demokratska stranka
NSS	- Narodna socijalistička partija
AP	- Albanska partija

2012 Parliamentary elections in Montenegro: Djukanović new return!

Summary



Article is analyzing impact of ninth parliamentary elections in Montenegro, held in October 2012. In its focus is impact of changes of electoral law which were dominantly treating issues of gender and minority representation. Article is also analyzing impact of the new comeback of Mr Đukanović, ex and new prime minister.

Keywords



Elections, electoral system, electoral reform, Montenegro

Literatura



Darmanović, Srđan, „Crna Gora – nova nezavisna država na Balkanu“, u: *Referendum u Crnoj Gori 2006. godine*, CeMI, Podgorica, 2006.

Darmanović, Srđan, „Duga tranzicija u Crnoj Gori – od polukompetitivnih izbora do izborne demokratije“, u: Darmanović, Srđan, Komar, Olivera, Vujović, Zlatko, *Izbori i izborna zakonodavstvo u Crnoj Gori 1990–2006*, CeMI, Podgorica, 2007.

Goati, Vladimir, *Političke partije i partijski sistemi*, Fakultet političkih nauka, Podgorica, 2008.
Vujović, Zlatko, Tomović, Nikoleta, *Održivi institucionalni mehanizmi za poboljšanje predstavljenosti manjina u crnogorskom parlamentu*, Podgorica, CeMI, 2010.

Vujović, Zlatko, Komar, Olivera, „Političke partije u Crnoj Gori“, u: *Političke stranke i birači u država bivše Jugoslavije*, Beograd, FES, 2006.

Dokumenta



Ustav Republike Crne Gore, „Službeni list Republike Crne Gore“, 1993.

Ustav Crne Gore, „Službeni list Crne Gore“, broj 1/07.

Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o izboru odbornika i poslanika, „Službeni list Crne Gore“, broj 46/11.

UDC 352(497.6)“2012” 342.8:352.075

Lokalni izbori u Bosni i Hercegovini 2012.

Sažetak



U tekstu se analiziraju lokalni izbori u Bosni i Hercegovini – politički subjekti koji su učestvovali, tok izborne kampanje, izborna pravila i rezultati izbora. Autor dolazi do zaključka da je na ovim izborima nastavljen trend visoke izborne apstinencije, koja je uslovljena nezadovoljstvom građana političkim elitama. Rezultati izbora su pokazali slabljenje većine političkih stranaka koje su dosad dominirale političkim procesima, pogotovo onih za koje je karakterističan autokratski metod vladanja i koje su smatrane najodgovornijim za rezultate neoliberalne politike.

Ključne riječi



Bosna i Hercegovina, lokalni izbori, političke stranke, izborna apstinencija, izborni sistem

* Autor je docent na Pravnom fakultetu Univerziteta u Istočnom Sarajevu.

U Bosni i Hercegovini su 7. oktobra održani lokalni izbori. Građani su birali načelnike opština i gradonačelnike (osim u gradovima Istočno Sarajevo i Sarajevo, čiji gradonačelnici se ne biraju neposredno, i Mostaru, u kome izbori uopšte nisu održani), opštinska vijeća u Federaciji Bosne i Hercegovine, skupštine opština i skupštine gradova u Republici Srpskoj (osim Skupštine grada Istočno Sarajevo, koja se bira posredno), te poslanike u Skupštini Brčko distrikta Bosne i Hercegovine.

1. Izborni sistem

Izborni sistem Bosne i Hercegovine u osnovi je uređen Izbornim zakonom Bosne i Hercegovine.¹ Izbori na lokalnom nivou nisu detaljno uređeni ovim zakonom, tako da postoji pravni osnov da ova materija bude uređena i entitetskim zakonima, pogotovo što je Bosna i Hercegovina federalno uređena država. Tako, doneseni su i Izborni zakon Republike Srpske,² Zakon o izboru, prestanku mandata, opozivu i zamjeni načelnika općina u Federaciji Bosne i Hercegovine³ i Izborni zakon Brčko distrikta.⁴

Izbornim zakonom je predviđeno da se odbornici (u Republici Srpskoj), odnosno vijećnici (u Federaciji Bosne i Hercegovine) biraju neposredno, na period od četiri godine, u opštinama kao osnovnim izbornim jedinicama. Broj odbornika, odnosno vijećnika, koji se biraju u skupštine opština, odnosno opštinska vijeća, zavisi od broja birača upisanih u birački spisak za određenu osnovnu izbornu jedinicu. Mandati se dijele po proporcionalnom sistemu, primjenom Sentlagijevoeg metoda. Entitetskim zakonima je propisano da se načelnici opština i gradonačelnici (izuzev

[1] „Službeni glasnik Bosne i Hercegovine“, br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10.

[2] „Službeni glasnik Republike Srpske“, br. 34/02, 35/03, 24/04, 19/05, 24/12.

[3] „Službene novine Federacije Bosne i Hercegovine“, broj 19/08.

[4] „Službeni glasnik Brčko distrikta Bosne i Hercegovine“, broj 17/08.

u Sarajevu i Istočnom Sarajevu) biraju neposredno, relativnom većinom glasova.⁵

Izbori se provode po sistemu tzv. otvorenih listi.⁶ Glasači mogu dati svoj glas samo političkoj stranci, koaliciji ili listi nezavisnih kandidata, a mogu glasati i za jednog ili više kandidata s jedne kandidatske liste. Na izborima učestvuju četiri vrste političkih subjekata: političke stranke, koalicije političkih stranaka, nezavisni kandidati i liste nezavisnih kandidata.

Izborni zakon Bosne i Hercegovine sadrži posebne odredbe o učešću pripadnika nacionalnih manjina na lokalnim izborima (Poglavlje 13A). Oni imaju pravo da budu predstavljeni u lokalnim predstavničkim tijelima srazmjerno učešću u strukturi stanovništva prema posljednjem popisu stanovništva iz 1991. godine. Broj predstavnika nacionalnih manjina u lokalnim predstavničkim tijelima utvrđuje se statutom opštine, odnosno grada, ali Zakon propisuje da će najmanje jedno mjesto biti garantovano nacionalnim manjinama koje su u strukturi stanovništva učestvovala sa više od 3 posto.

2. Izborna kampanja

Kampanja je vođena na dva načina: zasnivala se na kritici aktuelne vlasti i na isticanju pitanja koja se nikako ne mogu podvesti pod lokalnu politiku, nego se prvenstveno odnose na međunacionalne odnose, ugroženost nacionalnih interesa ili opstanka države. Na njima su posebno insistirale dvije socijaldemokratske stranke – SDP i SNSD – koje bi, po definiciji, trebalo da apostrofiraju socijalna pitanja. Opozicione stranke su se više bavile kritikom vlasti, za šta su imale dovoljno argumenata.

O kampanji rječito govore slogani političkih stranaka: „Snaga Bosne i Hercegovine“ (SDA), „Naša Srpska“ (SDS), „Srpska, kuća do kuće“ (SNSD), „Sve za Srpsku“ (PDP), „Zauvijek Bosna i Hercegovina“ (SBiH).

Pojedine stranke su svojim sloganima isticale potrebu promjena ili zagovarale kontinuitet svoje politike: „Idemo dalje“ (SDP), „Časno i pošteno za dostojanstvo čovjeka“ (SBB), „Izaberimo promjene“ (HDZ 1990).

Ukoliko su izborne platforme stranaka sadržale pitanja od lokalnog značaja, često se radilo o pitanjima koja nisu u nadležnosti lokalnih organa.⁷ Osim toga, lokalne teme su često kombinovane s temama o ustavu, državi,⁸ ustavnopravnom položaju Hrvata, pravima branitelja,⁹

[5] Izborni zakon Bosne i Hercegovine propisuje da se i gradonačelnik Mostara bira posredno.

[6] Ovaj termin se koristi u Izbornom zakonu Bosne i Hercegovine.

[7] Tako se u *Izornoj platformi SDA* kao jedan od ciljeva navodi „decentralizacija upravljanja kroz prenošenje prihoda i nadležnosti sa kantonalne vlasti na lokalne organe“. – *Izborna platforma*, Internet stranica SDA, www.snagabih.ba/?page_id=43, pogledano 17.10.2012.

[8] Poglavlje 4 *Izborne platforme SDA*.

[9] *Izborni program HDZ BiH za lokalne izbore 2012. godine*, Internet stranica HDZ BiH, www.HDZ BiH.org/component/docman/cat_view/5-hdz-bih.html?orderby=dmdate_published&ascdesc=DESC, pogledano 17. 10. 2012.

korupciji i sl. Pojedine političke stranke su prepustile opštinskim organizacijama da urade vlastite izborne programe prilagođene lokalnim prilikama.¹⁰ Ti programi su, po pravilu, više okrenuti lokalnim problemima, ali u izbornoj kampanji nisu mogli biti predstavljeni na valjan način, jer su centralna vođstva davala ton kampanji. Osim toga, mnoga pitanja, koja su u izbornim programima nabrajana, nisu detaljno obrazlagana, pa je izgledalo da su izborni programi spisak nedovoljno objašnjenih ciljeva na nekoliko strana teksta.

Političke stranke su iskoristile izbornu kampanju za kritiku vladajućih stranaka ili za odbranu svoje politike. Njihova nastojanja su bila usmjerena ka plebiscitarnom izjašnjavanju birača „za“ ili „protiv“ vladajućih partijskih elita, zbog čega lokalne teme nisu bile najvažnije. U tom smislu, lokalni izbori su poslužili kao prilika za odmjeravanje snaga i priprema za opšte izbore 2014. godine.

3. Politički akteri

Za lokalne izbore je registrovano 3.144.296 birača, koji su birali svoje predstavnike u 78 opština u Federaciji Bosne i Hercegovine i 62 opštine u Republici Srpskoj. Za izbore se kandidovalo 85 političkih stranaka i 30.352 kandidata, na 2.251 kandidatskoj listi. Na izborima je učestvovalo 16 nezavisnih listi. Od ukupnog broja kandidata na izborima, 246 nezavisnih kandidata se nadmetalo za mjesta u skupštinama opština, odnosno opštinskim vijećima, a 33 nezavisna kandidata za mjesto načelnika opštine (od kojih je izabrano šest).¹¹ Ukupno je ovjereno 330 nezavisnih kandidata, budući da se određen broj ovih kandidata kandidovao samo za mjesta koja su garantovana pripadnicima nacionalnih manjina.¹²

Ovi podaci pokazuju da su izborima dominirale političke stranke. Na lokalnim izborima, nezavisni kandidati imaju veće izgleda na promociju i uspjeh, jer su lakši uslovi kandidovanja, dolaze u neposredniji dodir s biračima, u manjim izbornim jedinicama nego na opštim izborima, a nisu im potrebna snažna infrastruktura i velika sredstva da bi vodili kampanju. Osim toga, budući da birači, iako u manjoj mjeri, obraćaju pažnju na lokalne teme i ličnost kandidata, ovi imaju makar minimalne šanse da budu izabrani, što se na opštim izborima ne događa.

Analiza pokazuje da su nezavisne liste osvojile više od 3% glasova u 11 opština, što znači u manje od 10% opština u kojima su izbori sprovedeni, ali su ipak prešle izborni prag u većini opština u kojima su učestvovala na izborima. Vidimo da sporadični izborni uspjesi nezavisnih listi još uvijek

[10] Na primjer, vidjeti izborne programe organizacija SDP-a u sarajevskim opštinama Centar i Novi grad.

[11] Internet prezentacija Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, www.izbori.ba/Documents/Izbori2012/2012-Pregled_ovjerenih_NK-bos.pdf, pogledano 20. 10. 2012.

[12] Internet prezentacija Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, www.izbori.ba/Documents/Izbori2012/2012-PREGLED_OVJERENIH_POLITICKIH_SUBJEKATA_2012.pdf, pogledano 20. 10. 2012.

ne ukazuju na njihovu načelnu izbornu i političku relevantnost. Prvo, za izbore je registrovan mali broj nezavisnih listi, a drugo, njihov izborni uspjeh bio je uslovljen lokalnim specifičnostima, a ne činjenicom da su se građani počeli okretati nezavisnim, vanpartijskim inicijativama. Ipak, ako bi se one konstituisale kao trajni i vidljivi politički subjekti, njihova politička relevantnost mogla bi porasti. S druge strane, kad su u pitanju nezavisni kandidati, pokazalo se da su oni u izbornom smislu potpuno irelevantni, jer većina njih nije osvojila više od 0,5% glasova.

Imajući u vidu činjenicu da se izbori za lokalna predstavnička tijela odvijaju po proporcionalnom izbornom sistemu, političke stranke su, po pravilu, nastupale samostalno. Za izbore je registrovano 59 koalicija. Prema ciljevima formiranja, mogle bi se razvrstati u nekoliko grupa: 1) koalicije koje su formirane samo u svrhu pobjede određenog kandidata za načelnika opštine ili gradonačelnika; 2) koalicije koje su za izbore za skupštine formirale političke stranke koje su strahovale da same ne bi prešle izborni prag; 3) koalicije koje su na izborima za skupštine formirale nacionalne stranke u sredinama u kojima je njihov konstitutivni narod u manjini, pa je postojala mogućnost da ne pređu izborni prag¹³ ili da nemaju većinu u skupštini.

Veliki broj političkih stranaka prijavljenih za izbore nije odraz stvarnog političkog života, zato što su na izborima učestvovala političke stranke koje u periodu između izbora ne ostvaruju aktivnost, kao i političke stranke koje su se kandidovale u samo jednoj ili nekoliko opština.

Koalicije su ovaj put bile naročito značajne na izborima za načelnike i gradonačelnike. Odlikuje ih velika širina i neprogramski karakter. Vrlo često su bile usmjerene na promociju jednog kandidata koji bi mogao pobijediti dotadašnjeg načelnika koji se ponovo kandidovao, uprkos tome što su stranke koalicije inače suprotstavljene.¹⁴ Iako na republičkom nivou (na primjer, u Republici Srpskoj) postoji koalicija koja upravlja entitetom, stranke koalicije nisu uvijek zajedno nastupale na izborima za načelnike nego su u nekim opštinama bile suprotstavljene jedne drugima.¹⁵ Formiranje širokih koalicija je opravdano zbog prirode izbornog sistema – izbori za načelnike/gradonačelnike su jednokružni i za pobjedu je dovoljna relativna većina glasova. Međutim, njihov sastav ukazuje na to da su stranačke centrale dale slobodu lokalnim odborima da odlučuju o koalicijama, te da koalicije na entitetskom nivou nisu tako čvrste i principijelne, jer se ne zadržavaju na lokalnom nivou.

[13] Na primjer, Koalicija za Banju Luku, koju su činile SDA, SBiH (dvije bošnjačke stranke) i HSS-NHI (minorna hrvatska stranka). Drugi primjer je Koalicija za Novo Sarajevo, koju su činile HDZ BiH, HDZ 1990 i HSS-NHI, stranke koje u opštinama s hrvatskom većinom ne nastupaju zajedno, nego su često oštri protivnici.

[14] Takav slučaj se dogodio u Foči, gdje su SNSD i SDS imali zajedničkog kandidata za načelnika, koji je sa oko 800 glasova razlike pobijedio dotadašnjeg načelnika iz NSP-a. Drugi primjer je osmočlana koalicija Pokret za Gradišku, formirana s ciljem da porazi dotadašnjeg načelnika iz reda SNSD-a, u čemu je uspjela.

[15] Na primjer, u Dubici, Prijedoru, Bijeljini (djelimično), Prnjavoru, Modriči i drugim gradovima.

Za mjesta garantovana nacionalnim manjinama nadmetala su se 153 kandidata. Od tog broja, 98 ili 64% bili su kandidati političkih stranaka. Dakle, svaki treći bio je nezavisni kandidat. Političke stranke su iskoristile poseban režim koji važi za kandidate nacionalnih manjina da, kandidujući svoje članove, dođu do odborničkih mandata. Poseban problem je što se kandidati ponekad, za potrebe izbora, deklariraju kao pripadnici nacionalnih manjina, što je pravo koje im ne može biti uskraćeno, iako nije uvijek sigurno da je to njihovo iskreno opredjeljenje ili stvarna nacionalna pripadnost.

4. Apstinencija

Prema podacima Centralne izborne komisije, na izborima je glasalo 56,36% birača. U Republici Srpskoj je glasalo 59,18%, Federaciji Bosne i Hercegovine 54,79%, a Brčko distriktu 51,57 posto.¹⁶ Broj glasalnih nije bitno različit u odnosu na prethodne lokalne izbore.¹⁷

Izborna apstinencija je realno veća, jer određen broj birača izlazi na izbore ali u znak protesta ne glasa nego poništava glasačke listiće (nevažeći listići), dok je uobičajena praksa da članovi mnogih biračkih odbora, dogovorno, dodaju glasove svojim kandidatskim listama, tako što koriste imena birača koji nisu glasali, pa izgleda da je izlaznost veća nego što zaista jeste. Izlaznost je naročito niska u najvećim centrima – urbanim sredinama, bivšim industrijskim i univerzitetskim središtima.¹⁸

Izborni apstinenti su, dakle, u većoj mjeri obrazovaniji birači koji žive u urbanim sredinama, a istraživanja su pokazala da su oni manje skloni nacionalističkoj ideologiji nego birači koji glasaju (Puhalo *et. al.*, 2008: 91). Izborna apstinencija je uzrokovana, s jedne strane, nezadovoljstvom postojećom vlašću, za koju znatan dio birača ne želi da glasa i, s druge, nezadovoljstvom opozicijom, koja se često ne smatra alternativom. Birači koji ne žele da biraju između „dva zla“ odlučuju da apstiniraju. Apstinencija je, dakle, politički stav i odraz nezadovoljstva ne samo režimom nego svim političkim subjektima. Da se ne radi o „prirodnoj“ pasivnosti i nezainteresovanosti birača, pokazuje činjenica da je izlaznost na izborima održanim 1997. i 2000. bila veća, da bi 2004. drastično pala, 2008. se povećala i danas se zadržala na približno istom nivou kao i prije četiri godine.¹⁹

[16] Internet prezentacija Centralne izborne komisije Bosne i Hercegovine, www.izbori.ba/Documents/Izbori2012/OdzivFinalni201219.pdf, pogledano 20. 10. 2012.

[17] Na izborima 2008, u Federaciji Bosne i Hercegovine glasalo je 53,3% birača, u Republici Srpskoj 58,3%, u Brčko distriktu 58,7%, a Bosni i Hercegovini kao cjelini 55,3%.

[18] Na ovim izborima, izlaznost u Bihaću je bila 53,91%, Banjoj Luci 50,97%, Starom gradu (Sarajevo) 50,86%, Prijedoru 48,73%, Zenici 47,62%, Novom gradu (Sarajevo) 46,44%, Centru (Sarajevo) 45,96%, Novom Sarajevu 44,18%, Tuzli 41,75% i tako dalje.

[19] Na lokalnim izborima 1997. glasalo je 87,46% birača (Arnautović, 2009: 580). Oko 65% birača glasalo je na lokalnim izborima 2000, a 46,8% na izborima 2004. godine.

5. Rezultati

Rezultati izbora su pokazali promjenu raspoloženja birača. Političke stranke koje su dominirale političkim procesima, a potiču iz srpskog i bošnjačkog naroda, izgubile su dio glasova. To se odnosi na SNSD i SDP.²⁰ Uspjeh su postigle SDS i SDA, mada i manje stranke mogu biti zadovoljne rezultatima, nezavisno od toga da li su u prethodnom periodu bile na vlasti ili u opoziciji. O uspjehu pojedinih stranaka govori se na osnovu činjenice da su one: 1) osvojile veći broj načelničkih mjesta nego ranije; 2) smanjile jaz koji ih je dijelio u odnosu na prvoplasiranu stranku; 3) povećale ukupan broj osvojenih glasova.²¹

Savez nezavisnih socijaldemokrata osvojio je 20 načelničkih mjesta umjesto 41, koliko je imao prije izbora, odnosno 45, koliko je vođstvo stranke zacrtalo kao cilj. Srpska demokratska stranka osvojila je 32 načelničke funkcije (umjesto 13 iz 2008. godine), SDA 38, SDP deset (umjesto dosadašnjih osam), HDZ BiH 14 (umjesto dosadašnjih 17), HDZ 1990 tri i tako dalje. Rezultati izbora za načelnike/gradonačelnike dijelom se razlikuju od rezultata za lokalna predstavnička tijela, zavisno od primjene većinskog ili proporcionalnog sistema, što je vodilo stvaranju koalicija na izborima za načelnike opština.

Rezultati izbora za lokalna predstavnička tijela pokazuju da je došlo do fragmentacije partijskog sistema i nestanka dominacije bilo koje političke stranke. To pokazuje komparativna analiza rezultata lokalnih izbora 2008. i 2012. na primjeru najvećih opština i gradova. Uz pojedina odstupanja, opšti trend je da su manje glasova dobile političke stranke koje su bile nosioci vlasti na entitetskom nivou i one koje su vršile vlast na lokalnom nivou. Iako građani načelno nisu zadovoljni lokalnim vlastima, što je pokazao manji broj glasova koje su dobile vladajuće stranke na lokalnom nivou, nezadovoljniji su politikom vladajućih stranaka na entitetskom nivou. Stranke koje su opozicija na lokalnom a vladajuće na entitetskom nivou nisu izvukle korist od nezadovoljstva lokalnom vlašću. Tako je na lokalnom nivou uspostavljen integralni višepartijski sistem (Marković, 2001: 320).

Dvije socijaldemokratske stranke, SNSD i SDP, izgubile su povjerenje birača iz tri razloga: 1) obje odlikuje autokratski način vođenja politike; 2) obje su vodile izrazito neoliberalnu politiku; 3) pokazale su izrazitu nespремnost da efikasno i bez velikih potresa postiču kompromise na državnom nivou. Taktika usmjerena ka nacionalnoj homogenizaciji (SNSD), odnosno isticanju zaštite interesa države (SDP) pokazala se kao promašaj, pošto su građani od ovih stranaka očekivali promjene, koje su izostale.

[20] SDP je na ovim izborima u Federaciji Bosne i Hercegovine osvojila oko 168.000 glasova, a prije dvije godine 251.000 glasova. SNSD je na ovim izborima, ne računajući Distrikt, gdje je bio u koaliciji sa DNS-om, osvojio oko 176.000 glasova, a prije dvije godine oko 240.000.

[21] SDS je na ovim izborima osvojila oko 143.000 glasova (računajući glasove u Brčko distriktu), dok je prije dvije godine osvojila 120.000 glasova. SDA je, u Federaciji Bosne i Hercegovine, prije dvije godine osvojila skoro 207.000 glasova, a na ovim izborima oko 266.000 glasova (uključujući Brčko distrikt).

Na izborima su posebno dobro prošle nove stranke (SBB, koja ima značajan kapital i medije iza sebe) i manje stranke vladajućih koalicija, pogotovo u Republici Srpskoj. Socijalisti tvrde da su dobili 30% glasova više nego na prethodnim izborima. Osim njih, dobre rezultate je ostvario DNS. Ove stranke su u prethodnom periodu pokazale da imaju koalicioni potencijal, što znači da se na njih može računati kao na učesnike u izvršnoj vlasti. One nisu bile dosta vidljiv dio izvršne vlasti, u čemu im je pomogla dominacija SNSD-a i autokratska priroda ove stranke, tako da, iako dio vladajuće koalicije, nisu kažnjene zbog lošeg rada vlade.

Izuzetak od ovih zaključaka predstavlja HDZ BiH, stranka koja nije dominirala političkim životom Federacije Bosne i Hercegovine, ali jeste političkim životom Hrvata. Njen uticaj je ostao manje-više neokrnjen. Razloga je više: 1) institucionalna neravnopravnost Hrvata; 2) onemogućavanje HDZ-u, kao najjačoj hrvatskoj stranci, da učestvuje u vlasti u Federaciji Bosne i Hercegovine; 3) nepostojanje snažne partije koja bi parirala HDZ-u; 4) konzervativnost hrvatskog biračkog tijela. Odlučujuća su, ipak, dva činioca. Prvi su sama ustavna rješenja koja, iako načelno počivaju na ravnopravnosti tri naroda, ne garantuju punu ravnopravnost Hrvata. Drugi činilac su ustavna rješenja u Federaciji Bosne i Hercegovine, koja omogućavaju bošnjačkim strankama da formiraju izvršnu vlast s minornim hrvatskim strankama, zanemarujući volju hrvatskog biračkog tijela, što daje dodatni legitimitet HDZ-u.

Prilog 1: Rezultati izbora u nekim opštinama i gradovima

Skupština grada Banja Luka

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SNSD	42,57	30,30
SDS	6,47	10,27
DNS	6,93	10,28
PDP	12,85	9,61
SP	5,54	9,67
SDP	2,00	1,24
SDA	2,36 (sa SBiH)	1,61 (sa SBiH i HSS-NHI)
SBB	-	0,61
HDZ BiH	1,27 (u Hrv. koaliciji)	0,65 (sa HDZ 1990)
HDZ 1990	1,27 (u Hrv. koaliciji)	0,65 (sa HDZ BiH)

Skupština grada Bijeljina

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SNSD	21,52	21,01
SDS	28,33	24,99
DNS	9,66	13,42
PDP	7,23	14,59
SP	5,73	5,49
SDP	2,70	0,43

SDA	3,30 (sa SBiH)	3,78
SBB	-	0,42
HDZ BiH	-	-
HDZ 1990	-	-

Skupština grada Prijedor

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SNSD	21,32	19,93
SDS	11,49	13,71
DNS	25,44	27,97
PDP	5,50	5,34
SP	2,10	1,14
SDP	5,38	4,81
SDA	8,72 (sa SBiH)	5,99
SBB	-	0,68
HDZ BiH	0,28 (u Hrv. koaliciji)	0,55
HDZ 1990	0,28 (u Hrv. koaliciji)	-

Skupština grada Doboj

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SNSD	29,41	23,79
SDS	44,78	35,05
DNS	1,00	5,83
PDP	4,74	2,28
SP	2,84	5,48
SDP	6,68	5,80
SDA	4,44 (sa SBiH)	3,61
SBB	-	0,93
HDZ BiH	2,28 (u Hrv. koaliciji)	1,30
HDZ 1990	2,28 (u Hrv. koaliciji)	-

Skupština grada Trebinja

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SNSD	29,01	28,74
SDS	19,49	14,22
DNS	4,93	4,54
PDP	13,92	15,04
SP	7,01	4,74
SDP	0,43	0,19
SDA	1,83 (sa SBiH)	0,31
SBB	-	-
HDZ BiH	-	-
HDZ 1990	-	-

Skupština opštine Tuzla

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	46,54	29,93
SDA	19,74	16,64
SBB	-	11,51
SBiH	5,16	2,97
HDZ BiH	3,91	6,25
HDZ 1990	1,30	-

Skupština opštine Zenica

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	14,87	16,12
SDA	44,26	40,37
SBB	-	12,92
SBiH	8,88	5,26
HDZ BiH	5,41 (u Hrv. koaliciji)	3,56 (u Koaliciji za Zenicu)
HDZ 1990	5,41 (u Hrv. koaliciji)	3,56 (u Koaliciji za Zenicu)

Skupština opštine Bihać

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	49,57	30,91
SDA	27,04	39,08
SBB	-	5,76
SBiH	6,84	1,73
HDZ BiH	5,39	3,57 (sa HDZ 1990)
HDZ 1990	-	3,57 (sa HDZ BiH)

Skupština opštine Centar Sarajevo

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	32,01	24,78
SDA	29,05	23,02
SBB	-	12,23
SBiH	7,78	4,53
HDZ BiH	0,94	0,56
HDZ 1990	-	-

Skupština opštine Novi grad Sarajevo

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	26,46	21,10
SDA	31,41	31,50
SBB	-	14,44
SBiH	8,41	2,05
HDZ BiH	1,10	0,60
HDZ 1990	-	-

Skupština opštine Stari grad Sarajevo

Politička stranka	2008. (%)	2012. (%)
SDP	23,26	16,05
SDA	29,92	20,22
SBB	-	23,18
SBiH	8,28	5,41
HDZ BiH	-	-
HDZ 1990	-	-

Za sve opštine i gradove izvor: Centralna izborna komisija Bosne i Hercegovine, www.izbori.ba

Skraćenice

SDA	Stranka demokratske akcije
SDP	Socijaldemokratska partija Bosne i Hercegovine
SBiH	Stranka za Bosnu i Hercegovinu
SBB	Savez za bolju budućnost Bosne i Hercegovine
HDZ BiH	Hrvatska demokratska zajednica Bosne i Hercegovine
HDZ 1990	Hrvatska demokratska zajednica 1990.
HSS-NHI	Hrvatska seljačka stranka - Nova hrvatska inicijativa
SNSD	Savez nezavisnih socijaldemokrata
SDS	Srpska demokratska stranka
PDP	Partija demokratskog progressa
SP	Socijalistička partija
DNS	Demokratski narodni savez
NSP	Nova socijalistička partija

Local elections in B&H in 2012

Summary



This paper analyzes local elections in Bosnia and Herzegovina – political actors who participated, campaign, electoral rules and electoral results. The author comes to the conclusion that in these elections the trend of high electoral abstention continued, caused by citizens' dissatisfaction with political elites. Election results showed weakening of most of the political parties that so far have dominated the political process, especially those characterized by the autocratic methods of government, and which are considered the most responsible for the results of neoliberal policies.

Key words



Bosnia and Herzegovina, municipal elections, political parties, electoral abstention, electoral system

Literatura



Arnautović, Suad, *Političko predstavljanje i izborni sistemi u Bosni i Hercegovini u XX stoljeću*, Promocult, Sarajevo, 2009.

Marković, Ratko, *Ustavno pravo i političke institucije*, Savremena administracija, Beograd, 2001.
 Puhalo, Srđan et al., *Ideološki profil glasača i apstinenata u Bosni i Hercegovini*, Art print, Banja Luka, 2008.

Pravni akti



Izborni zakon Bosne i Hercegovine, „Službeni glasnik Bosne i Hercegovine“, br. 23/01, 7/02, 9/02, 20/02, 25/02, 4/04, 20/04, 25/05, 52/05, 65/05, 77/05, 11/06, 24/06, 32/07, 33/08, 37/08, 32/10.

Izborni zakon Republike Srpske, „Službeni glasnik RS“, br. 34/02, 35/03, 24/04, 19/05, 24/12.
 Zakon o izboru, prestanku mandata, opozivu i zamjeni načelnika općina u Federaciji Bosne i Hercegovine, „Službene novine Federacije Bosne i Hercegovine“, broj 19/08.

Izborni zakon Brčko distrikta, „Službeni glasnik Brčko distrikta Bosne i Hercegovine“, br. 17/08.

Akti političkih stranaka



Izborna platforma, Internet stranica SDA, www.snagabih.ba/?page_id=43, pogledano 17. 10. 2012.

Izborni program HDZ BiH za lokalne izbore 2012. godine, Internet stranica HDZ BiH, www.HDZ BiH.org/component/docman/cat_view/5-hdz-bih.html?orderby=dmdate_published&ascdesc=DESC, pogledano 17. 10. 2012.



Okončajte ovu depresiju. Odmah!

Pol Krugman, Helix i Interkomerc, prevod: Ana Imirović-Đorđević, Beograd, 2012, str. 262.

Lepo je što se knjige Pola Krugmana prevode na srpski jezik (ako dobro pratim, ovo je već treća Krugmanova knjiga koja je prevedena na srpski). Ali bilo bi još lepše kada bi se njegove knjige čitale. Moj utisak je da Krugmanove knjige ne čitaju kako oni koji podržavaju Krugmanove ideje, tako i oni koji ga žestoko kritikuju.

Ovde želim da se osvrnem na dve Krugmanove ideje u ovoj knjizi: jednu koja je eksplicitna i drugu koja je implicitna, tj. izvedena iz prve. Prva se odnosi na ekspanzivnu fiskalnu politiku koju već duže vreme kritikuju ekonomisti ponude, i tiče se domaćih rasprava o stanju ekonomske nauke. Druga se odnosi na trenutnu ekonomsku politiku koju vodi Vlada Srbije.

Većina kritičara Krugmana nekako olako prelazi preko činjenice da je Krugman kejnzijanac koji smatra da privredna depresija može da se pobedi ako se reši problem opšte štednje. Rešenje je veća agregatna tražnja koja u vremenu krize može da se stvori samo većom javnom potrošnjom (tj. većom potrošnjom države). Za razliku od njega, ekonomisti ponude (ili klasični ekonomisti) tvrde kako je rešenje za privrednu depresiju veća ponuda. Da bi to bilo moguće, država mora da smanji poreske stope, jer to privredi ostavlja više sredstava koje može da uloži u proizvodnju. Činjenica da većina štedi zapravo ne bi trebalo nikoga da zabrinjava na duži rok. Svaki nepotrošeni dinar će završiti u nekoj banci ili biti direktno uložen od strane onoga kome je ostao u džepu. U oba slučaja dinar ide u investicije.

Pad agregatne tražnje, po ovom shvatanju, ne može da ima negativne posledice po privredu, jer on na duži rok jednostavno ne može da se desi.

Ekonomisti ponude ovu logiku zasnivaju na teoriji racionalnog izbora (neki domaći ekonomisti je pretenciozno nazivaju "ekonomija zdravog razuma"). Za racionalnog pojedinca, štednja predstavlja investiciju. (Štedi se u banci, a banka pozajmljuje novac privrednicima koji će tim novcem moći više da proizvedu.) Međutim, Krugmanov argument za veću potrošnju oslanja se na Dž. M. Kejnza koji je smatrao da se ljudi u doba privredne depresije ne ponašaju racionalno. Ekonomsku aktivnost, po Kejnzu, objašnjava životinjski nagon (*animal spirit*), tj. veliko samopouzdanje i velika sklonost prema riziku koji se javlja zajedno sa racionalnom analizom troškova i koristi na koju se oslanja teorija racionalnog izbora. Životinjski nagon postaje prenaplašen kako se ide ka ekstremima – kada privredi ide jako dobro, ljudi su skloni da imaju veliko samopouzdanje, pa rizikuju i troše više nego inače; kada privredi ide loše, ljudi gube veru u sebe i ređe preuzimaju rizik.

Ekonomisti ponude nisu zabrinuti zbog činjenice da svi štede, jer sva štednja ide u potrošnju. To je upravo zabluda u koju padaju mnogi ekonomisti koji olako prelaze preko Kejnzovog psihološkog argumenta. U vremenima privredne depresije ljudi štede u dušecima, a ne u bankama. To je upravo razlog teškog izlaska iz depresije. Ali čak iako pretpostavimo da su ekonomisti ponude u pravu, tj. da sve što ljudi uštede u vreme krize ide u banke, što potencijalno postaje izvor novih investicija, u vremenima krize nemaju samo potrošači krizu životinjskog nagona i samopouzdanja, već i bankari i preduzetnici. Tako nastaje psihološki fenomen koji se naziva "paradoks štednje": kada svi štede (potrošači, bankari, privrednici), nema čime da se kupuju dobra; a kada niko ne traži dobra, niko ih neće ni proizvoditi.

Krugman otuda predlaže veću javnu potrošnju u Americi i Evropskoj Uniji, uključujući inflaciju od 3–4% u evrozoni. U okolnostima u kojima ne postoji zajednička valuta, evropske ekonomije koje imaju problem jednostavno bi devalvirale nacionalne valute, i postale ponovo konkurentne. Međutim, pošto više nema lokalnih valuta, neophodno je da evro devalvira (samo kada bi Nemačka na to još pristala), što je jedan od načina kako je moguće da svi troše više.

Sada bih hteo nešto da kažem u drugoj, implicitnoj strani Krugmanovog kejnzijanskog argumenta. Veća potrošnja može da ima pozitivan efekat na privrednu depresiju ako je problem psihološki (tj. ako je neophodno probuditi životinjski nagon kod potrošača i preduzetnika). Ali to znači da je struktura privrede dobra, a radnici i preduzetnici kompetentni za poslove koje obavljaju. Ali tamo gde problem nije psihološki, tj. tamo gde se slabo proizvodi, jer je privreda nereformisana, nekonkurentna, opterećena porezima, i do guše u monopolima, tamo veća potrošnja nije rešenje. Naprotiv, tamo je veća potrošnja problem, jer se time (kako tvrdi sam Krugman u jednoj od svoje tri knjige prevedene na srpski jezik) uvećava deficit na tekućem računu, a može, pre ili kasnije, da državu odvede u bankrot.

Ne znam šta domaći ljubitelji Krugmanovih ideja misle o njegovoj argumentaciji kojom brani javnu potrošnju, ali rekao bih da su prilikom Krugmanove nedavne posete Srbiji svi prećutali činjenicu da problem privrede Srbije nije psihološki, već strukturalni. Domaća privreda je nekonkurentna, jer nema šta da ponudi domaćem i svetskom tržištu. Problem konkurentnosti privrede Srbije ne može da se reši još većom potrošnjom, kursnim prilagođavanjem ili drugim fiskalnim ili monetarnim merama, već reformom privredne strukture koja, umesto na mitu o velikim stranim investitorima koji će doći iz daleka, doneti velike pare i rešiti sve naše probleme, počiva na malom preduzetniku koji može da pokrene i ugasi preduzeće u roku od pola sata, a da ga to malo košta. Jedina državna aktivnost u tom slučaju treba da bude unapređenje poslovnog okruženja i sprečavanje rasipanja javnih para. Moj utisak je da nova Vlada Srbije, posle 12 godina, i dalje bezuspešno čeka velike strane investicije.

Da zaključim. Lepo je što se Krugmanove knjige prevode u Srbiji. Ali ono što predlaže Krugman nije rešenje za Srbiju. Ne zato što je po sebi loše, već zato što se *neprijemljivo* na Srbiju.

•
Dušan Pavlović

Program:

Word for Windows

Pismo:

latinica

Font:

Times New Roman

Veličina fonta:

12

Prored:

1,5 (1.5 lines)

Minimalni obim:

15.000 karaktera (uključujući i praznine, *with spaces*).

Maksimalni obim:

20.000 karaktera (uključujući i praznine, *with spaces*).

Svaki tekst treba da ima naslov, ime i prezime autora, naučno i/ili nastavno zvanje, naziv ustanove u kojoj je zaposlen (univerzitet, fakultet, ime i prezime).

Pri navođenju, strana imena prvi put pisati u originalu, a zatim ih transkribovati.

Svaka tabela i/ili grafikon treba da sadrže broj, naslov, izvor, kao i da pokažu svoju funkciju u tekstu.

U fusnote upisivati samo propratne komentare.

Na kraju citata otvoriti zagradu i u nju uneti prezime autora, godinu izdanja i stranu.

- jedan autor: (Beyme, 2002: 155)
- dva autora: (Evans i Whitefield, 1993: 548)
- slučaj kada se citira autor čija su dela navedena u spisku literature više puta a izdata iste godine: (Sartori, 2003 b: 143)

U spisku literature autore treba navesti po abecednom redu.

Red navođenja u slučaju knjiga: prezime, ime, godina izdanja, naslov knjige (kurzivom), mesto izdanja, izdavač.

Primer:

Downs, Anthony (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.

Primer navođenja teksta u knjizi:

Lipset, Seymour Martin and Rokkan Stein, (1967). „Cleavage Structure, Party Systems and Voter Alignment: An Introduction“, u: *Party Systems and Voter Alignments Cross-National Perspectives*. New York: The Free Press.

Primer navođenja teksta iz časopisa:

Evans, Geoffrey and Whitefield Stephen, Identifying the Bases of Party Competition in Eastern Europe: *British Journal of Political Science*, Vol. 23, No. 4 (Oct., 1993), pp. 521–548.

Internet izvori:

Prezime, Ime, datum, „Naziv teksta“. Naziv institucije, <http://www.ipsa.org/publications/ipsr> (Datum posete: 05. 6. 2011)

Autori snose odgovornost za sadržaj, stavove i verodostojnost činjenica u tekstu.

Objavlivanjem teksta autor prenosi sva autorska prava na izdavača časopisa.



Politički život

Godišnja pretplata na časopis

Godišnja pretplata na časopis *Politički život* iznosi 1.500 dinara za fizička i za pravna lica.

Za fizička lica u inostranstvu cena je 3.500 dinara, a za pravna lica u inostranstvu 4.000 dinara.

Cena pojedinačnog broja je 500 dinara.

Odeljenje pretplate
JP *Službeni glasnik*, Jovana Ristića 1,
tel.: 011/30-60-588, 30-60-359,
faks: 011/30-60-571,
e-mail: pretplata@slglasnik.com,
www.slglasnik.com

Naziv organizacije / ustanove / pretplatnika

Ulica i broj

JMBG

Broj pretplata

Ime i prezime (za pravna lica ime i prezime odgovornog lica)

Poštanski broj i mesto

PIB

Potpis (i pečat za pravna lica)

Broj telefona/telefaksa

E-pošta

Mesto i datum

Po prijemu pretplatnog listića dostavićemo vam predračun za plaćanje, a po primljenoj uplati i konačni račun.

