

# POLITIČNE VSEBINE IN VOLILNA KAMPANJA

**K**njiga *Politički sadržaji i izbor-na kampanja*, koju je uredila Simona Kustec Lipicer, profesorica javnih politika na Fakultetu za društvene znanosti Sveučilišta u Ljubljani, istinsko je metodološko osvježanje u dugom popisu radova o izborima koji se pojavio u posljednjih dvadesetak godina na prostoru zemalja proizašlih iz biše Jugoslavije.\* Knjiga je naime posvećena jednom od najprominentnijih pitanja izbornih studija unutar suvremene političke znanosti – utjecaju izbornih kampanja na rezultate izbora. To se pitanje u knjizi razmatra na primjeru slovenskih izbora za Europski parlament 2009. godine.

Zbog čega je knjiga koja je pred nama tako značajna u načinu na koji razmatra spomenuto pitanje? Odgovor na to pitanje treba tražiti prvenstveno u pristupu istraživanju fenomena učinka kampanja koje polazi od temeljne premise da se taj učinak očituje prvenstveno na temelju djelovanja političkog sustava kao cjeline, a ne na temelju izolirano promatrane izborne kampanje. Spomenuta teorijsko-konceptualna priča najjasnije je izvedena u prilogima same urednice knjige Simone Kustec Lipicer, poglavito

u prvom poglavlju pod naslovom “(Javno)politički sadržaji kao komadić u mozaiku izborne kampanje”, a u sublimiranom obliku i u zaključnom, sedmom poglavlju knjige pod naslovom “Izborni sadržaji kao dragocjeni komadić u dugi demokratskog mozaika kampanja”.

Političke su kampanje, bez sumnje, jedna od najvažnijih značajki političkog procesa u suvremenim demokracijama. No njihovo proučavanje iznimno je kompleksna zadaća jer se učinci izbornih kampanja iskazuju na temelju niza fenomena kojima se pojedinačno bave različite grane političke znanosti. Drukčije rečeno, cjelovito proučavanje učinaka izbornih kampanja zahtijeva objašnjenje cijelog niza sjecišta između različitih politoloških poddisciplina da bi se razumjela cjelina. A razumjeti cjelinu znači biti kadar odgovoriti na pitanje koje naoko izgleda jednostavno, gotovo banalno: utječu li izborne kampanje na rezultate izbora? Odgovor na to pitanje u knjizi se daje sa stajališta triju različitih perspektiva: gledišta birača (drugo poglavlje knjige, koje je napisao Samo Kropivnik), gledišta kandidata, odnosno političara (treće poglavlje, koje su napi-

\* Simona Kustec Lipicer, ur., *Politične vsebine in volilna kampanja*, Ljubljana, Fakulteta za družbene vede, 2010, 182 str.

sali Tomaž Deželan, Alenka Krašovec i Matej Kovačič, četvrto poglavlje, koje su napisali Simona Kustec Lipicer i Nikolina Bilavčić) te gledišta medija (peto poglavlje, koje je napisala Sandra Bašić Hrvatini i šesto poglavlje, koje su napisali Alem Maksuti i Marjetka Rangus).

Polazeći od temeljne pretpostavke da se učinci izbornih kampanja na rezultate izbora mogu razumjeti samo sa stajališta političkog sustava kao cjeline, autori su nastojali istražiti utjecaj izbornih tema, odnosno sadržaja na oblik političke konkurencije u političkoj areni. U tom pogledu prvenstveno su istražili oblik političkog nadmetanja između glavnih političkih stranaka. Svojevrsna je “žarišna točka” njihovih istraživanja stajalište da su *policy*-pozicije (u knjizi se dosljedno rabi izraz “javnopolitičke pozicije”) stranaka o pojedinim pitanjima sektorskih politika oblikovane prije svega kao njihov odgovor na preferencije koje su bile na djelu u slovenskome biračkom tijelu. Na temelju toga moglo bi se zaključiti da se *sadržaji izborne kampanje* mogu tumačiti prije svega kao rezultati *potražnje za politikom*, što ukazuje na metodološku inačicu vrlo blisku pristupu koji je Anthony Downs sredinom 1950-ih postavio u svom klasičnom djelu o ekonomskoj teoriji demokracije. Ključna potka *downsijanskog* pristupa očituje se u tome da se nadmetanje političkih stranaka zasniva na temeljnoj logici da stranke *formuliraju politike* kako bi *pobijedile na izborima*, a ne na logici da *pobjeđuju na izborima kako bi formulirale politike*. Premda se u samoj knjizi spomenuta teorijsko-metodološka pozicija, koja predstavlja same temelje teorije javnog, odnosno racionalnog izbora (*public choice/rational choice theory*), ne izvodi na sustavan način, ona je cijelo vrijeme prisutna kao neka vrsta osnov-

ne potke na kojoj se zasnivaju istraživanja u ovoj knjizi. Samo istraživanje koje se razvija u ovoj knjizi u mnogo se većoj mjeri temelji na važnim doprinosima što su ih prije nekoliko godina objavili Richard Lau i David Redlavsk u svojoj knjizi *Na koji način odlučuju birači: procesiranje informacija tijekom izborne kampanje* (2009). Osim spomenutog djela može se zamijetiti da su na urednicu, ali i na ostale autore na koje nailazimo u ovoj knjizi, značajno utjecali autori kao što su Alan Ware, Gary Cox, David Farrell ili pak Rüdiger Schmitt-Beck. Riječ je o politolozima koji su dali značajan doprinos proučavanju utjecaja političkih kampanja sa stajališta *političkog sistema kao cjeline*. Spomenuti su autori nastojali povezati izborne sadržaje i *policy*-pozicije različitih političkih aktera s različitim utjecajima na tu vrstu veze. Jedna od tih povezanosti koja se može utvrditi odnosi se, primjerice, na prikazivanje načina na koji tehnike političkog marketinga što ih primjenjuju političke stranke mijenjaju obrazac komunikacije s biračima.

U skladu s takvom teorijsko-metodološkom pozicijom autori razmatraju utjecaj kampanje sa stajališta birača, kandidata (političara) i medija. Samo Kropivnik u poglavlju pod naslovom “Slovenski birači na izborima za Europski parlament 2009.” razmatra sudjelovanje i izbornu apstinenciju birača te profil birača po pojedinim slovenskim strankama. Ponašanje političara u kampanji razmatraju Tomaž Deželan, Alenka Krašovec i Matej Kovačič u tekstu pod naslovom “Izborna kampanja na slovenski način”, dajući u prvom dijelu teksta sustavan prikaz teorijskih stajališta o tome na koji način političke stranke i drugi akteri politike pristupaju biračima tijekom izborne kampanje. Nakon toga razmatraju pripremu same

kampanje za europske izbore u Sloveniji 2009, način njezine organizacije i događaje koji su je obilježili, s naglaskom na upotrebi medija u svemu tome. U posljednjem dijelu rada razmatraju ulogu vanjskih suradnika političkih stranaka u oblikovanju njihova političkog imidža te ulogu mjerenja biračkog raspoloženja u svemu tome.

No posebno je zanimljivo naredno poglavlje, "Izborni programi i izborni sadržaji na temelju izbornog iskustva sadržanog u izborima za Europski parlament 2009.". U tom poglavlju autorice Simona Kustec Lipicer i Nikolina Bilavčić razmatraju najprije ulogu izbornih programa političkih stranaka općenito u kontekstu demokratskih političkih sustava, a zatim i sa stanovišta izbora za Europski parlament. U drugom, analitičkom dijelu teksta, koji na stanovit način predstavlja i najznačajniji dio knjige jer se u njemu razmatra *ponuda javnih politika* slovenskih političkih stranaka u komparativnoj perspektivi, autorice razmatraju važnost pojedinih *policy*-tema, poput blagostanja i kvalitete života, ekonomske politike i slično, u ponudi pojedinih stranaka ili stranačkih sustava. S tim u vezi vrlo su važni podaci podastri na str. 91, na kojoj se pokazuje važnost pojedinih *policy*-pitanja za širok dijapazon političkih stranaka, od zelenih, (post)komunističkih, socijaldemokratskih, liberalnih, kršćansko-demokratskih, nacionalističkih i agrarnih do regionalnih stranaka.

U trećem dijelu knjige, koji se odnosi na ulogu medija u izornoj kampanji, najprije Sandra Bašić Hrvatinić, u tekstu pod naslovom "Recikliranje zdrave pameti", razmatra različite modele analize utjecaja medija na izbornu kampanju. Temu medija zaokružuje rad Alema Maksutija i Marjetke Rangus o kvalitativnoj

analizi televizijskih suočavanja povezanih s izborima za Europski parlament 2009.

Na kraju, u sedmom poglavlju, urednica knjige izvodi zaključna razmatranja o važnosti izbornih sadržaja za razumijevanje utjecaja izborne kampanje na rezultate izbora. Upravo se u tom dijelu može jasno razaznati stvarni doprinos ove knjige proučavanju izbornih kampanja. Postoje naime brojni radovi o temi izbornih kampanja, nastali velikim dijelom na literaturi o političkome ponašanju, koji se manje-više zasnivaju na uočavanju i uzimanju u obzir što je moguće većeg broja varijabli koje bi mogle utjecati na kampanju. U operativnome dijelu to se uobičajeno iskazuje navođenjem faktora koje bi birači mogli uzeti u obzir kada odlučuju kojoj stranci ili kandidatu dati svoj glas na izborima. No razmjerno je malen broj autora uspio provesti nalizu o tome na koji su način spomenuti faktori utjecaja povezani s aktivnostima političkih stranaka tijekom kampanje, posebice s obzirom na specifične "pakete javnih politika" koje nude različite političke stranke. Ova knjiga, jednako kao i prethodno spomenuti radovi autora poput Farrella i Schmitt-Becka, Laua i Redlavskaja i još nekih autora, ispunjava tu zadaću. U tome uspijeva razmatranjem utjecaja specifičnih sadržaja korištenih tijekom kampanje, među kojima Simona Kustec Lipicer razlikuje: sadržaje vezane uz javno mnijenje, programske sadržaje u materijalima političkih stranaka, opće sadržaje vezane uz dinamiku izbornih kampanja, medijske sadržaje, dvosmjerne – "oči u oči" – tipove sadržaja i različite vrste sadržaja zasnovane na slikovnim zapisima.

Urednica knjige Simona Kustec Lipicer i autori koji su surađivali u istraživanju utjecaja kampanje na rezultate iz-

bora za Europski parlament u Sloveniji uspjeli su razmjerno precizno izmjeriti i protumačiti utjecaj svih triju skupina aktera – birača, kandidata i masovnih medija. Prilozi na koje nailazimo u ovoj knjizi još su jednom potvrdili da proučavanje učinaka kampanje na rezultate izbora zahtijeva precizno detektiranje iznimno kompleksne strukture tijekom informacija (informacije koje, primjerice, koristi biračko tijelo dolaze iz različitih izvora, a kampanja uključuje samo dio tih informacija) kako bi se *izdvojile informacije vezane uz kampanju* od svih ostalih izvora informacija koji ljude vode k završnoj odluci da nekome dadu ili ne dadu svoj glas.

Rezultati podastri u ovoj knjizi potvrdili su, dakako, da je kampanja važna! Suprotno nerijetkim stajalištima da birači oblikuju svoje preferencije neovisno o informacijama koje dobivaju tijekom kampanje, autori ove knjige vrlo su uvjerljivo pokazali na koje sve načine pojedini aspekti političke kampanje, ili preciznije rečeno – tipovi sadržaja vezani uz kampanje, utječu na ponašanje političkih aktera koji sudjeluju na izborima. U knjizi se vrlo precizno pokazuje da je utjecaj sadržaja s izričitijom razinom stavova o javnim politikama, izražen u programskim sadržajima i sadržajima vezanim uz javno mnijenje, zapravo manji nego utjecaj sadržaja s manje izričitom razinom stavova o javnim politikama, na koje nailazimo, primjerice, u medijskim sadržajima ili pak u različitim vrstama slikovnih zapisa. Time

su autori, premda to izravno ne navode, na neki način potvrdili Downsovu tezu o biračima kao racionalnim ignoranti-ma (neznalicama).

Zaključno, knjiga *Politički sadržaji i izborna kampanja*, koju je uredila Simona Kustec Lipicer kao jedna od značajnih predstavnica mlađe generacije slovenskih politologa, izvrstan je rad o važnosti razumijevanja utjecaja izbornih kampanja na rezultat izbora. Autori, sve odreda slovenski politolozi mlađe generacije (neki su i poslijediplomski studenti), pokazuju da u potpunosti korespondiraju s najboljim radovima o toj temi na koje možemo naići u najrazvijenijim politološkim zajednicama. Knjiga uvelike nadilazi deskriptivne izborne studije, ili pak nerijetko sužene pristupe koji inzistiraju samo na političkoj komunikaciji. Zasnivajući svoj teorijsko-metodologijski pristup na vrlo složenoj metodologiji, koja povezuje nekoliko vrlo različitih pristupa, autori su dali vrlo uvjerljivo objašnjenje utjecaja kampanje na rezultate izbora na primjeru specifičnog konteksta izbora za Europski parlament u Sloveniji 2009. godine. Došli su do vrlo utemeljenih odgovora na pitanja o temeljnom smjeru utjecaja kampanje na rezultate izbora, uspješno pokazavši na koji način različiti politički akteri kombiniraju distinktivne sadržaje u političkoj kampanji. Konačni je rezultat izvrsna istraživačka monografija Simone Kustec Lipicer i suradnika, koju toplo preporučujem hrvatskoj politološkoj zajednici.

*Zdravko Petak*