

NOVE AKVIZICIJE U DOKUMENTARNOJ ZBIRCI II. HRVATSKOGA POVIJESNOG MUZEJA: „IZBORI 2003. GODINE“

LUCIJA BENYOVSKY □ Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

sl.1 HDZ-ov slogan "Pokrenimo Hrvatsku" i lik predsjednika stranke dr. Ivo Sanadera na promidžbenom plakatu HDZ-a. Jumbo plakat, Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

1 Hrvatski Sabor je najviše predstavničko tijelo građana i nositelj zakonodavne vlasti RH. Sukladno odredbama Ustava RH, Sabor može imati najmanje 100, a najviše 160 zastupnika čiji mandat traje četiri godine. Formiran je nakon izbora 3. siječnja 2000., raspušten 17. listopada 2003., predsjednik Stipe Mesić raspisao je tri dana kasnije parlamentarne izbore za 23. studenoga 2003.

2 Lucija Benyovsky, Dokumentarna zbirka II. (20. stoljeća) u Hrvatskome povijesnom muzeju. Zbornik sažetaka sa znanstvenog skupa u povodu 150. godine utemeljenja Hrvatskog narodnog muzeja, Zagreb, 1996. str. 41-42.

3 Lucija Benyovsky, Politički izborni plakati (1990.-2000.g.) u Hrvatskom povijesnom muzeju (HPM), Vijesti muzealaca i konzervatora, br. 4/2001, str. 73-81.

4 Vodič za birače. Sponzorirani prilog, studeni 2003. Izbori 2003. *Gdje i kako glasovati. Sve o popisima birača. Osnovne informacije o strankama, koalicijama i izbornim listama*, izdavač Europapress holding, Zagreb.

5 HSU (Hrvatska stranka umirovljenika) nije bila predstavljena plakatima niti se za nju čulo u radijskim reklamama, ipak je osvojila tri saborska mandata. Markentiške agencije mogu prodati pivo, ali ne i stavove. *Vjesnik*, 5.-6. siječnja 2004.



Predsjednik HR Stipe Mesić raspisao je izbore za Zastupnički dom Sabora RH za 23. studenog 2003. godine.¹ Za vrijeme predizborne kampanje počela sam skupljati stranački promidžbeni materijal za Dokumentarnu zbirku II.² Najviše predmeta dobila sam u tajništvu političkih stranaka, na *infoštrandovima* (na zagrebačkim ulicama i trgovima), a manji dio od pojedina. Prikupila sam oko 50 predmeta (plakata, naljepnica, letaka, privjesaka za ključeve, bedževa, olovaka, upaljača, kutija za šibice i sličnih predmeta).³

Za razliku od prošlih izbora (3. siječnja 2000.) u predizbornoj je utrci sudjelovao dosada najveći broj političkih stranaka (90). Na ukupno 12 izbornih jedinica za mjesto u Saboru natjecalo se 5 155 kandidata (1 149 više nego na prošlim izborima).⁴ S obzirom na tako velik broj političkih stranaka, držala sam se načela da skupim ponajprije promidžbeni materijal od parlamentarnih stranaka. Manji dio prikupljene građe odnosi se na "strančice" i neovisne liste. Rekordan broj prijavljenih

kandidata za izbore 23. studenog 2003. godine nameće pitanje je li u Hrvatskoj doista naglo eskalirao altruizam ili se politika smatra unosnim poslom koji može obavljati svatko, jer biti u politici znači imati "silne povlastice, siguran i lagodan život". Najvjerojatnije je *politika sajam taština, osobni interes i želja za vlašću*. Za vrijeme predizborne kampanje televizijski gledatelji i slušatelji hrvatskoga radija mogli su se *zabavljati* i predstavljanjem svih kandidata koji su iskoristili svoje *demokratsko pravo* kako bi se predstavili. Iz *šume* kandidata za mjesto u Saboru teško je bilo prepoznati pravu osobu koja će se *boriti za narodne interese*.

U suvremenome tehnološkom društvu vizualna komunikacija ima sve širu uporabu, te je danas neizostavan oblik komunikacije. U predizbornoj kampanji gotovo su se sve političke stranke koristile plakatima i letcima.⁵ Zadaća plakata i letaka jest prenošenje obavijesti prolažnicima na javnim mjestima. Plakat se postavlja i na prostorima namijenjenim oglašavanju, ali i na ostalim



mjestima gdje se ljudi okupljaju odnosno gdje najčešće prolaze. Plakati su bili prilagođeni ukusu vremena u kojemu su nastali i ekonomskim mogućnostima naručitelja, o čemu ovisi brojnost plakata, njihov format i tehnika izrade. Privlačnost plakatu daje slikovni element pa ih je zato većina stranaka koristila u promidžbi. S velikih *jumbo* plakata gledali su nas, kao i na prošlim izborima, dobro poznati likovi. *Jumbo* plakati postavljeni uz prometnice smanjuju koncentraciju vozača, ometaju promet, *šuma plakata* nagrdjuje okoliš, a nisu ni funkcionalni jer se međusobno zaklanjaju, ma koliko pojedinačno bili kvalitetni pa stoga ne ostvaruju svoju funkciju.⁶

Većina skupljenih plakata prikazuje šarolika grafička rješenja. Neke su političke stranke svoju predizbornu kampanju povjerile dizajnerskim tvrtkama, dok su se drugi koristili uslugama svojih članova. Poruke na plakatima gotovo svih stranaka (s iznimkom HSP-a) bile su otprilike iste: ulazak u EU i NATO, suradnja s Haaškim sudom, poziv izbjeglicama da se vrate svojim kućama, sloboda medija, smanjenje nezaposlenosti, bolji standard, učinkovitija državna uprava, nekorumpirano sudstvo i sl. Upravo takve poruke (eupeizacija hrvatske politike) mogle bi dovesti ne samo do izjednačavanja nego i do poništavanja stranačkih razlika ili će se one svesti na personalne razlike. Ta je politika sigurno posljedica suvremenoga globalističkog društva bez opozicije. U nas u Hrvatskoj ta bi politika mogla dovesti do politike bez stvarne oporbe, pa će biti zapravo svejedno je li na vlasti SDP ili HDZ.

Većina političkih stranaka u predizbornoj je kampanji ponudila nove vizualne poruke, uglavnom portrete predsjednika političkih stranaka, kojima je pridodan slogan (poruka). Gotovo sve političke stranke bile su uvjerenе da je najjači adut njihove stranke njihov *lider* i *ljubav prema domovini* (Hrvatskoj). Većina stranaka ušla je u predizbornu kampanju s novim sloganima i imidžem. Spomenimo neke poruke: *Pokrenimo Hrvatsku* (HDZ), *Nova snaga za bolju Hrvatsku*, (DC i HSLs), *Volim svoju zemlju* (HSS), *Hrvatska to može* (HNS), *Vaš glas za jaku Hrvatsku* (HIP i Hrvatski blok), *Za Hrvatsku znanja* (Libra).

U izbore 2003. godine SDP je krenuo sa sloganom *Da!*

Za budućnost Da! Za SDP. Stranka je tiskala i list s istim sloganom *Da*, glasnik optimizma i razvoja (br. 1, 23. studenoga 2003.), Stranka demokratskih promjena (SDP) registrirana je (26. siječnja) 1990. godine i od tada je u znaku oblikovanja novog identiteta suvremene političke stranke europske ljevice. Stranka je prošla političku i kulturnu preobrazbu, koja obuhvaća prevrednovanje političkog naslijeđa i stvaranje novih političkih sadržaja i oblika. SDP je svoju predizbornu kampanju povjerio PR-u i dizajnerskoj tvrtki *Design System*. U predizbornoj kampanji premijer Ivica Račan poziva birače riječima *Recite nam sve*, i poručuje da je *voljan biti dostupan, otvoren, neposredan*. Taj dio SDP-ove kampanje preslikan je iz predizborne kampanje britanskih laburista premijera Tonyja Blaira. SDP-ovce je toj vrsti kampanje obučio bivši pomoćnik organizacijskog tajnika britanske Laburističke partije (a danas neovisni politički konzultant) David Evans, koji je više puta dolazio u Hrvatsku i za SDP organizirao treninge u Tuheljskim toplicama. SDP je, potaknut taktikom drugih stranaka koje su u prvi plan isticale svoje lidere, u posljednjem tjednu promijenio i predizbornu strategiju. Tako je na sve plakate SDP-a dodano i ime predsjednika stranke Ivica Račana, a Račan i njegova supruga Dijana Pleština bili su glavne zvijezde i predizbornog spota na TV-u. Svoju kampanju SDP-ovci su objašnjavali ovako: *Želimo prikazati Račana kao anti-pod HDZ-ovu i Sanaderovu kultu vođe jer je jedna od naših predizbornih poruka upravo to da Hrvatska ne treba vođu, nego svoje građane.*⁷

SDP je za honorar od 200.000 eura angažirao Severinu (Vučković) na predizbornim skupovima SDP-a. Riječ je o pjevačici koja je od svojih zvjezdanih trenutaka bila doživljavana kao aura isključivo HDZ-a.⁸ Na pitanje novinara o angažiranju Severine u predizbornoj kampanji Željka Antunović, potpredsjednica SDP-a, rekla je da je *Severina u show-businessu ono što je SDP u politici.*⁹

Uz HDZ-ov slogan *Pokrenimo Hrvatsku* lik predsjednika stranke dr. Ive Sanadera *gledao* nas je sa svih plakata i TV spotova.¹⁰ HDZ-ova promidžba bila je potpuno okrenuta liku dr. Ive Sanadera, predsjednika HDZ-a i nositelja svih izbornih lista, kojemu se medijski pripisuju

sl.2. U predizbornoj kampanji gotovo su se sve političke stranke koristile plakatima. Vesna Pusić, predsjednica HNS-a na izboru jumbo plakatu.

Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

sl.3. Politički izborni plakat DC-a s likom Mate Granića i tekстом "Akcija čišćenja" 23.11.2004.-22.11.2007.

Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

⁶ Dijana Kopjar-Mucak, *Šuma plakat smeta građane*, Večernji list, 1. prosinca 2003.

⁷ *SDP-a u novoj fazi predizborne kampanje*, Jutarnji list, 15. studenog 2003.

⁸ *Prvi glas SDP-a*, Globus, 7. studenog 2003.

⁹ Nataša Božić, *Intervju Željka Antunović, potpredsjednica SDP-a, prva na listi u 4. izbornoj jedinici*, Jutarnji list, 18. studenog 2003.

¹⁰ U Branimirovoj ulici vidjela sam *jumbo* plakate. Netko je na HDZ-ov plakat napisao *Pokradimo Hrvatsku*, a na SDP-ov *Da za homoseksualne brakove!*



sl.4.-6. Promidžbeni materijal SDP-a koji je u izbore 2003. g. krenuo sa sloganom **Da! Za budućnost Da! Za SDP.** Jumbo plakatima i plakatima na informativnim stupovima pozivaju se birači da na predizbornoj skupini SDP-a poslušaju pjevačicu Severinu Vučković. Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb



karizmatične osobine. Hrvatska demokratska zajednica (HDZ) osnovana je 17. lipnja 1989. godine, u prijelomnim povijesnim trenucima kada je kriza gospodarskih, društveno-političkih i međunarodnih odnosa u SFRJ, kao i opća kriza jednostranačkog socijalizma u svijetu, dosegla dramatične razmjere.

HDZ se dobro pripremio za izbornu utrku. Ugledni američki politički konzultant David Williams boravio je u Hrvatskoj i preporučio kakvu promidžbenu strategiju treba voditi lijeva, a kakvu desna. HDZ-u je preporučio Clintonovu taktiku, *Sanader kao Clinton*.¹¹ Osim vrhunskih svjetskih političkih konzultanata u kampanju su bili uključeni i domaći redatelji i producenti. Usto je bilo angažirano i 36 000 stranačkih volontera na terenu te 4 000 članova osposobljenih za kampanju na nacionalnoj razini.¹²

Dr. Ivo Sanader ovako je prokomentirao SDP-ov slogan: *Vi ste stranka koja 45 godina držala Hrvatsku pod komunističkom diktaturom, ubijala i zatvarala ljude, bila protiv NATO-a i EU. Ja se Tuđmanom ponosim, ali ne želim biti Tuđman, a još manje Račan i njegova komunistička partija kojoj je bio na čelu do 1998. Vi ste bijesni jer gubite izbore. "Da za Hrvatsku" trebali ste reći 25. lipnja 1991., kada se donosila odluka o samostalnosti Hrvatske, ali su SDP-ovci tada napustili Sabor.*¹³

HDZ je u promidžbene svrhe iskoristio javno gledanje nogometne utakmice Hrvatska - Slovenija, koje je u Šibeniku, ispred zgrade županijske i gradske uprave, organizirala županijska vlast, a sve je plaćeno iz županijskog proračuna! Nakon pobjede hrvatskih nogometaša o trošku poreznih obveznika HDZ-ovci su dijelili građanima besplatno pivo i fritule.¹⁴

Najstarija politička stranka, Hrvatska seljačka stranka (HSS) osnovana je 1904. godine. Imidž stranke godinama je pratio konzervativni i zastarjeli ruralni slogan *Vjera u Boga i seljačka sloga*. Zato je HSS nastojao promijeniti slogan kako bi stranka bila prihvatljiva i urbanim biračima. Novi je slogan postao *Volim svoju zemlju*, pri čemu je zemlja drugi izraz za domovinu. HSS je svoju stranačku kampanju povjerio domaćoj PR tvrtki Millennium promocija. HSS-ovi plakati bili su *Otac i dijete grle stablo i Djevojka je u njedra prigrčila crvene mirisne jabuke*, Glasaj za HSS, jer je on već 100 godina voli

¹¹ Račanov izborni guru, Globus 17. listopada 2003. 26-28.

¹² Odlučni boj za neodlučne birače. Globus, 24. 10.2003. str. 31-37.

¹³ Račan i Sanader: Koalicija SDP-HDZ potpuno nemoguća. Jutarnji list 20. studenog 2003., str 2.-3.

¹⁴ Jutarnji list, 21. studenog 2003.

¹⁵ Torbarina, Tanja. Vic. Globus 7. studenoga 2003.

¹⁶ Kustić, Živko. Seksi svetogrđe, Jutarnji list, 2. prosinca 2003.

¹⁷ HNS-ovci na karaoke partyju. Jutarnji list, 15. studenog 2003.



svoju zemlju. HSS je na *infoštanovima* dijelio letke i zdravu hranu (jabuke), uz slogan *Zdravo seljački*.

Hrvatska narodna stranka (HNS) svojim plakatima i ostalim promidžbenim materijalom sa simbolima EU-a biračima želi sugerirati da oni već jesu u Europi kamo ostali tek teže, te poručuju: *Želite li isto, držite se nas*. Slogan HNS-a je: *Hrvatska to može*. Glavni junaci jumbo plakata su dvoje najistaknutijih ljudi HNS, Vesna Pusić i Radimir Čačić. Vesna Pusić, predsjednica HNS-a na izbornom plakatu izgleda kao *da ima 17 godina*. *Sad puno ljudi neće za nju glasati samo zato jer misle da još nije punoljetna*.¹⁵ I drugi HNS-ov plakat također je izazvao mnoge komentare. S njega časne sestre poručuju cijelome svijetu *Dosta nam je apstinencije!* Kada časna sestra s plakata *viče* da joj je dosta apstinencije, poruka je očito dvoznačna. Apstinencija ne znači samo odustajanje od glasovanja nego i trajno uzdržavanje od seksualnih odnosa, bezbračnost odnosno djevičanstvo na koje se zavjetuju kršćanski redovnici i redovnice.¹⁶ HNS nije tim plakatom stekao više glasova nego je pokazao koliko poštuje sredinu u kojoj želi djelovati!

Na predizbornim skupovima HNS-ovi kandidati predstavili su se "pjevujući", a predvodili su ih predsjednica stranke Vesna Pusić i Srećko Ferenčak *čija je izvedba pjesme "Neda" Parnog valjka oduševila sve prisutne*. Srećko Ferenčak sve je iznenadio plesom u stilu Elvisa Presleya, a Vesna Pusić izvedbom pjesme *Moj lipi anđele*.¹⁷

Radimir Čačić, potpredsjednik HNS-a u predizborne svrhe koristio svojim ministarskim položajem kada je



otvorio posljednju dionicu autoceste Zagreb-Goričan (normalno je da je otvaranje autoceste dio predizborne kampanje).¹⁸

Autor slogana glavnoga predizbornog plakata Hrvatske stranke prava (HSP) saborski je zastupnik Miroslav Rožić. Vuk sa stranačkog plakata iz prošle kampanje ustupio je mjesto *simpatičnom dječaku koji se pripija uz veliko očevo tijelo i stišće pod njegovo zaštitničko okri-lje*. Dječak personificira mladu hrvatsku državu, a u krupnom zaštitničkom očevu tijelu HSP-ovci bi htjeli da birači prepoznaju upravo njihovu stranku. Tu kampanju HSP je vodio pod sloganom *Vjeruj u sebe*. HSP-ovci nisu tiskali plakate s likovima nositelja zastupničkih lista. Dogovor je bio: ako to netko želi, neka sam plati! Velika novost u predizbornoj kampanji HSP-ove stranke je dr. Slaven Letica kao nezavisni kandidat. Isticanjem liberalnog intelektualca na mjestu nositelja liste u Zagrebu HSP je htio pokazati biračima *da nismo stran-ka polupismenih divljaka već intelektualne elite*. Dr. Slaven Letica, neovisni kandidat i nositelj liste u 1. izbornoj jedinici, želio je modernizirati stranku (HSP). Pojavio se na bijelom konju u odori bana Josipa Jelačića na Sv. Geri. Slaven Letica svoju je potrebu da karikira vlast usmjerio sam na sebe. U predizbornoj trci vjerojatno je želio zaigrati na svoju upadljivu sličnost s legendarnim banom.¹⁹ Za stjecanje političkih poena lider HSP-a Anto Đapić odlučio je skinuti sa zidova stranačkih prostorija Pavelićevu sliku.

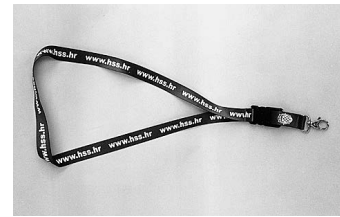
Samostalna demokratska srpska stranka (SDSS) u Zagrebu nije javno oglašavala svoje plakate niti dijellila



svoj promidžbeni materijal. Plakati su bili u njihovim stranačkim prostorijama i u srpskom kulturnom društvu Prosvjeta. SDSS je istaknuo svoje kandidate na manjin-skoj listi u 12. izbornoj jedinici za predstavnike srpske nacionalne manjine i u 11. izbornoj jedinici za tzv. dijasporu. Dr. Milorad Pupovac, predsjednik Srpskoga narodnog vijeća i potpredsjednik SDSS-a objasnio je kandidaturu riječima da je izbor triju srpskih zastupnika *u funkciji jačanja srpske zajednice, jačanja samouprave, jačanja institucija kao što je "Prosvjeta" i organizacija kao što je SDF, a koje su u funkciji povratka i rješavanja povratničkih pitanja*. Cilj SDSS-a na izborima 2003. godine bio je s političke pozornice istisnuti ruralne Srbe koje je predstavljao Milan Đukić. Naime, Milorad Pupovac predstavlja *visokoobrazovane urbane Srbe s modernim političkim pogledima*.

Šefovi najvećih hrvatskih stranaka sastavili su izborne liste s desecima novih i *neočekivanih imena*, osoba iz javnoga, kulturnoga i sportskog života, a istodobno su uskratili povjerenje nekima od najvjernijih članova.²⁰ Među više stotina lista koje su stigle na adresu Državnoga izbornog povjerenstva bilo je i onih koje su nosili estradnjaci, umirovljeni generali, zaboravljeni poli-tičari, pjevači, športaši i čudaci. Neke političke stranke opravdavale su svoje liste tvrdnjama da su birači umorni od ljudi koji su u vrhu politike još od 1971. godine pa su zato izašli s novim *kadrovima*. Osobe kao što su umirovljeni admiral Davor Domazet Lošo, kandidat koalicija HIP-a i HB za IX. izbornu jedinicu, došao je na trg u Sinju u alkarskoj kočiji, a zatim je građanima dijelio svoju knjigu uz potpis. Na *infoštanu* su dijeljeni privjesci za ključeve, kemijske olovke i upaljači.²¹

Na listama SDP-a pojavio se nekad vrlo popularni pjevač Vice Vukov, nekad deklariran kao hrvatski nacionalist. Za Sabor su se kandidirali športaši Cro Cop²², Lino Červar, Perica Bukić, bivši vaterpolist i trener Zlatko Šimenc. Profesor u miru Milan Kangrga, nekoć Šušarov politički oponent, bio je na listi SRP-a. Na listama su bili i manje poznata akademska slikarica Jasminka Petter, liječnici Peter Brinar i Stipe Brzović itd. Pjevač Siniša Vuco odlučio se za samostalnu listu, a drugi pjevač, Mate Mišo Kovač, za listu Stranke hrvatskih branitelja u 10. izbornoj jedinici. SDP je na svoje liste stavio osobe kao što je Vesna Škulić, osoba s invaliditetom (boluje od progresivne mišićne distrofije).²³



sl.7.-9. Stranački promidžbeni materijal za izbore za Zastupnički dom Sabora RH: privjesak za ključeve (HSS), kuhača (HSLs), boca šampanjca (LS). Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

18 Jutarnji list 17. studenog 2003. str. 5

19 Grčić, Marko. *Politički kermes: Crna Guja na hrvatskim parlamentarnim izborima 2003. godine*, Globus, 14. studenog 2003.

20 *Stranke pogrešnih imena. Imena naših političkih stranaka često ne pokrivaju sadržaj koji nude biračima*, Večernji list 6. prosinca 2003.

21 Jutarnji list, 16. studenog 2003.

22 Najjača ljevica u Saboru. Mirko Filipović, svjetska zvijezda *ultimate fighta* na listi SDP-a u 1. izbornoj jedinici razgovara zašto je odlučio ući u politiku. Dobrotvor. *Odlučio sam svoju saborsku plaću za prvih 12 mjeseci direktno prosljediti u Dom za nezbrinutu djecu u Nazorovoj*, Globus 21. studenog 2003., str. 35

23 Intervju Vesne Škulić, nezavisne kandidatkinje na listi SDP-a, prve osobe s invaliditetom koja je postala saborska zastupnica. *Borit ću se za dostojanstvo i ljudska prava 450.000 osoba s invaliditetom*, Jutarnji list 25. studenog 2003. str. 10.



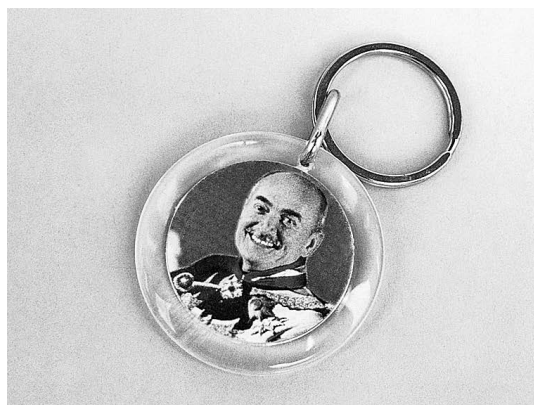
sl.10. -12. Stranački promidžbeni materijal za izbore 2003.: bombon (HDZ), jabuka s etiketom na kojoj piše "Zaljubljen u Hrvatsku" (HIP), upaljač s tekstom "Volim svoju zemlju".

Dokumentarna zbirka II. (20.st.), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb



sl.13.-15. Stranački promidžbeni materijal za izbore 2003.: privjesci.

Dokumentarna zbirka II. (20.st.), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb



24. Amerikanac na izborima za Sabor. Globus, 17. listopada 2003.

25. Meštrović, Renata. *Mijenjajmo predizborne kampanje*. Kameleon. Pravi magazin za prave Karlovcane, br. 14, 13. prosinca 2003.

26. *Prazni računi zbog predizborne utrke političke stranke ispraznile su svoje račune u bankama. HDZ u 30 dana na kampanju potrošio 13,3 milijuna kuna.* Jutarnji list 19. studenog 2003. str. 7.

27. Jutarnji list, 17. studenog 2003.

28. Sjedinjene Države čestitaju Hrvatima na uredno provedenim izborima, Tjedni pregled, Embassy of the United States of America. Zagreb, 2. prosinca 2003. br. 38(436).

29. Vjesnik, 15. studenog 2003.

30. *Anketa.* Jutarnji list, 19. studenog 2003. str. 8.

31. *I Vesnu Pusić gadali jajeom,* Jutarnji list 17. studenog 2003. str. 7.

32. *Napad: U incidentu tijekom predizborne kampanje lakše ozlijeđen Miroslav Tadić,* Jutarnji list 20. studenog 2003. str. 6.

33. Jutarnji list, 24. studenog 2003. str. 4.

Dragutin Petrić, rođen 1923. godine predsjednik i nositelj liste HSS-1904., jedan je od najstarijih kandidata, a na izbore je krenuo s porukom *Nikad nije kasno!* U saborskim klupama željeli su sjediti i Vesna Kanižaj i Zagrebački bokci. Bivša čelnica školskog sindikata Vesna Kanižaj već godinama biračima nudi svoju listu. Javnosti je i te kako dobro poznata i dr. Đula Rušinović-Sunara, koja se dosad aktivno borila za prava pacijenata, a sada se odlučila za neovisnu listu. Pojedinaac, bio on i najposobniji, nema gotovo nikakav izgled za ulazak u Sabor ako nema kolektivnu potporu tj. ako nije na stranačkoj listi, i to na listi neke poznate stranke. Najzorniji je primjer profesor Zdravko Tomac, nekadašnji SDP-ov utemeljitelj i stranački ideolog, koji unatoč svojoj javnoj prepoznatljivosti izvan stranke nije prihvaćen kao pojedinac. Dr. Zdravko Tomac ujedno je i primjer nestajanja poznatih intelektualaca kakvih je sve manje u našim najvećim strankama. Boris Mikšić, hrvatski bogataš iz SAD-a, kandidirao se na izborima za Sabor. *U politiku želim ući kao i u biznis, dobro pripremljen i spreman na izazove.*²⁴ Od novca koji je potrošen na spotove, plakate, letke, pjevačice i pjevače, vino (vrlo loše kvalitete), bedževe, naljepnice, blokove, olovke, upaljače, šibice i slične gluposti,²⁵ većina je uludo i bezobzirno bačena. *Mogli ste novac dati u humanitarne svrhe,* napisao je novinar Jutarnjeg lista Branimir Pofuk. Riječ je o milijunima kuna, kako za oglasni prostor, tako i za izradu spotova i plakata.²⁶

Cijene kampanja se kretale su se i do 6 milijuna kuna (jedan četvorni metar Hrvatske može se razmimirati već za 3,5 kn).²⁷ Svaka veća stranka i bogatiji nezavisni kandidat imali su svoju internetsku stranicu i na njoj adresu za vezu. Svoj novac za svoju predizborno kampanju potrošili su tek rijetki kandidati (Rikard Moritz i Boris Mikšić).

Izbori 2003. naišli su na različiti odjek ne samo u zemlji nego i u inozemstvu.²⁸ U povodu parlamentarnih izbora s 27. plenarnog zasjedanja Hrvatske biskupske konferencije održane u Hvaru 29. listopada 2003. upućena je poruka vjernicima i svim ljudima dobre volje: *Ne glasujte za one koji su za pobačaj, eutanaziju i homoseksualne brakove! Kao vjernici ne birajte stranke i pojedince koji zastupaju legalizaciju pobačaja, eutanazije i neprirodnih istospolnih bračnih zajednica.*²⁹

Na predizborni upitnik od 11 pitanja koja su sastavile homoseksualne i lezbijske udruge od ukupno 79 političkih stranaka odgovorilo je njih desetak. Na primjer, HNS, HSL, LS i SDP stavili bi na liste i homoseksualce.³⁰

Prema pisanju dnevnog tiska, u vrijeme predizborne utrke pomoćnik ministra obnove Lovro Pejčević dobio potres mozga u brutalnom napadu trojice nasilnika, a u Imotskom su Slavko Linić i Marin Jurjević, čelnici SDP-a, napadnuti jajima i pepeljarama. I čelnica HNS-a Vesna Pusić u Splitu je gadana jajima.³¹ Predsjednik sisačkog SRP-a sedam je puta uboden odvijačem.³² U Šibeniku je zapaljen predizborni plakat na kojemu je Sanader.³³



mišljenja novinar Jutarnjeg lista N. Đula predvidio je dobitnike i gubitnike. Dobitnici Izbornog 2003. bit će HDZ, HNS i HSP, HSS i SDP će stagnirati, a poraz će doživjeti HSL, DC, liberali.³⁹

Primljeno: 18. ožujka 2004.

sl.16.-17. Stranački promidžbeni materijal SDP-a za izbore 2003.: kišobran i vrećice šećera.

Dokumentarna zbirka II. (20.st), Hrvatski povijesni muzej, Zagreb

Bez obzira na te izgredne, koji se događaju i u drugim demokratskim državama, hrvatski su mediji pratili izbore bez govora mržnje i imali pozitivnu ulogu u stabiliziranju demokratskog procesa.³⁴

Evo kako su neki znanstvenici i novinari prokomentirali izbore 2003. godine.

Anđelko Milardović, voditelj Centra za politološka istraživanja, rekao je kako je predizborna kampanja nemaštovita i dosadna, pokazala je nekreativnost, koketiranje sa seksom u Severininom spotu.³⁵ U Hrvatskoj, nažalost nije provedena kadrovska tranzicija jer vođe stranaka ne dopuštaju da se pojave novi ljudi, stranke se nerado koriste kreativcima pa i spotove naručuju uglavnom tako da cijelu ideju skuha stranački *spin doktor*, a redatelje angažiraju samo da bi im to tehnički korektno izveli.

Dr. Damir Grubiša u Novom listu od 7. studenog 2003. godine izjavio je da se izbori u Hrvatskoj pretvaraju u pučku zabavu nakon proštenja. Prema pisanju lista Identitet, na pitanje kako ocjenjuje izbore (2003. godine) i što bi značilo da pobijedi HDZ, prof. dr. Svetozar Livada, koji sebe naziva profesionalni antifasistom³⁶, odgovorio je: *Istinski ljevičari nemaju šanse. Hrvatska se naginje udesno. Sintagma "zna se" je praktično politička opcija. Ako se i formalno popnu na vlast, svijet će nas odbaciti, jer taj zločinački pokret ne može se tako lako i tako brzo transformirati. On počiva na mitu historijske mržnje i primjenjuje metodu odmazde. To je politički veoma opasno.*³⁷

Bilo je i ovakvih mišljenja: *Kad bi birale samo žene, lijeva bi koalicija imala više izgleda da ostane na vlasti.*³⁸ Četiri dana nakon izbora na osnovi istraživanja javnog

34 Izvještaj HHO-a Mediji i izbori 2003.

35 Severina je pristala pjevati za one koji su joj pomudili najbolje uvjete. *Seksepil u službi izbora*, Večernji list, 15. studenog 2003., str. 36.

36 Livada, prof. dr. Svetozar. *Otvoreno pismo gospodinu Sanaderu*, Hrvatska ljevica, br. 2, 1-29. veljače 2004., str. 40.

37 Livada, prof. dr. Svetozar. *Razoreni temelji života*. Identitet. Posebno izdanje - Izbori 2003., str. 17.

38 Perica, Silvana. *Ljevici ženska, desnici muška srca*, Večernji list, 15. studenog 2003., str. 33.

39 Đula, Nino. *Tko gubi, a tko dobiva?*, Jutarnji list, 19. studenog 2003., str. 16.

NEW ACQUISITIONS IN THE SECOND DOCUMENTARY COLLECTION OF
THE CROATIAN HISTORY MUSEUM: "ELECTIONS 2003"

During the election campaign for parliamentary elections that were set for November 23rd 2003, the authoress of the text, who is a historian and a curator at the Croatian History Museum in Zagreb, Lucija Benyovsky, began collecting promotional party materials for her Second Documentary Collection. In view of the fact that a large number of political parties took part in the election campaign, as many as 90 of them, she was guided by the principle of collecting promotional material from parliamentary parties, while only a smaller amount of the collected material belongs to minor parties and independents. She collected most of the material from the offices of political parties, at information stands, on Zagreb's streets and squares, as well as some materials from individuals.

In this article she deals with the analysis of the collected materials and provides an insight into the quantity of promotional material as well as the messages that were stressed during the campaign.

Almost all parties used posters and leaflets during the election campaign. While some political parties commissioned experienced design companies, others relied on the services of their members. This is why most of the collected posters show a wide range of design solutions, an adaptation to the style of the time in which they were made and the financial standing of those who commissioned them. Messages on the posters of almost all parties were approximately the same: membership in the EU and NATO, cooperation with the Hague Tribunal, a call for refugees to return to their homes, freedom of the media, cutting unemployment, a better standard, a more efficient state administration, a justice system free from corruption and so on. It is precisely these messages (the integration of Croatian politics into the European mainstream) that could lead not only to the decrease in political differences, but also to annulling these differences and reducing them to differences in personalities. This form of politics is surely the result of the contemporary globalistic society with no opposition. Here in Croatia this would lead to having the political scene with no real opposition so that, in fact, it would make no difference who was in power, the SDP or the HDZ. Similarly, most parties have shown little creativity and have offered almost identical solutions with portraits of presidents of their respective parties with the addition of their slogan (message). Almost all political parties were convinced that their strongest asset was their *leader and love for their homeland* (Croatia).

The curator has collected some fifty objects - posters, stickers, flyers, key-rings, badges, pens, lighters, matchboxes and similar objects).