



PERSONALIZACIJA IZBORA: MIT ILI STVARNOST?

Mirjana KASAPOVIĆ
Fakultet političkih znanosti, Zagreb

UDK: 324
Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 23. 2. 2004.

Personalizacija izbora jedna je od glavnih tema izbornih studija, ali i političke i komunikacijske znanosti uopće u posljednja dva desetljeća. Personalistički pristup izborima zasniva se na dvije temeljne tvrdnje. Prvo, kraj 20. i početak 21. stoljeća u znaku su uspona kandidatskoga glasovanja koje sve više potiskuje stranačku identifikaciju i problemsku orijentaciju kao tradicionalno najvažnije odrednice odluke birača o tome komu će dati svoj glas u izborima. Drugo, kandidatske preferencije sve se više temelje na medijski posredovanom imidžu kandidata, koji je uglavnom izgrađen na nepolitičkim osobinama pojedinaca. No komparativne empirijske analize izbora uvelike su opovrgnule te tvrdnje. One su dokazale da je kandidatsko glasovanje kontingentni politički fenomen koji se ne može podvesti pod jedinstveni trend te da kandidatske preferencije ovise ponajprije o problemskoj kompetentnosti i vodstvenim sposobnostima političara. I nalazi empirijskih istraživanja izbora u Hrvatskoj između 1990. i 2003. pokazuju da kandidatsko glasovanje slabije utječe na odluke birača od njihove vezanosti uz političke stranke i problemske orijentacije, i to u institucionalnim (polupredsjednički sustav vlasti, većinski i kombinirani sustav izbora) i tranzicijskim uvjetima (slabe političke stranke i nestrukturiran stranački sustav), koji su mu, u načelu, trebali pogodovati.



Mirjana Kasapović, Fakultet političkih znanosti, Lepušićeva 6,
10000 Zagreb, Hrvatska. E-mail: mkasapovic@fpzg.hr

UVOD

Jedna od tema što je obilježila političku znanost potkraj prošloga i početkom ovoga stoljeća jest personalizacija izbora i politike općenito. Neposredno su je potaknula tri politička događaja: pobjeda Williama Clintona na predsjedničkim izborima 1992. u SAD-u, pobjeda Tonyja Blaira na parlamentarnim izborima u Velikoj Britaniji 1997. i pobjeda Gerharda

Schrödera na parlamentarnim izborima u Njemačkoj 1998. Sve tri pobjede označile su kraj višegodišnje vladavine suprotnih političkih tabora – američkih republikanaca, britanskih konzervativaca i njemačkih demokršćana – i uvelike su se pripisivale upravo ličnostima te trojice političara. Otada – a osobito otkako su sva trojica političara pobijedila još jedanput i osvojila svoj drugi predsjednički, premijerski i kancelarski mandat – presudan ili, u najmanju ruku, neobično velik utjecaj glavnih kandidata na ishode predsjedničkih i parlamentarnih izbora postao je gotovo razumljivim sam po sebi za velik dio znanstvene literature te, napose, za političku publicistiku i političko novinarstvo. U njima su se ishodi izbora uglavnom apsolvirali razmjerno lako: Clinton je pobijedio jer je bio mlad, dinamičan i karizmatičan, a George Bush star, arogantan i neprivlačan; Blair je uspio jer je bio mlad, sposoban, obrazovan i kompetentan, a John Major neprivlačan, blijed i slab; Schröder je pobijedio jer je bio mlad, vitalan, televizičan i dinamičan, a Helmut Kohl star, debeo, umoran i istrošen.¹

Tu personalističku teoriju izbora britanski psefolog Anthony King (2002., 210) opisao je kao jednostavan psihološki obrazac koji se zasniva na četiri argumentacijska koraka: 1. biračima se sviđaju ili ne sviđaju pojedini vođe i kandidati; 2. na temelju sviđanja ili nesviđanja birači općenito vrednuju vođe i kandidate; 3. opće biračko vrednovanje vođa i kandidata znatno, a možda i presudno, utječe na njihovo glasovanje; 4. budući da opće vrednovanje vođa i kandidata znatno utječe na to kako će birači glasovati pojedinačno, ono time utječe i na opći ishod izbora. Frank Brettschneider (2002., 134) ustvrdio je da takvo tumačenje ne svodi ponašanje birača na izborima samo na kandidatsko glasovanje nego da se to glasovanje utemeljuje poglavito na nepolitičkim osobinama kandidata za najviše političke položaje: "Odlučivanje za kandidate ne razlikuje se znatno od kvalitete natjecanja u ljepoti. Izgled, šarm i zračenje potisnuli su tematsku kompetentnost i vodstvene kvalitete kao relevantna mjerila vrednovanja glavnih političara". Vrednovanje političara postaje depolitizirano, nesadržajno i opasno za demokraciju. Stoga je ključnim postalo pitanje može li se uistinu govoriti o takvoj vrsti personalizacije izbora i politike općenito.

Personalizacija izbora nije nova znanstvena tema. U suvremenoj društvenoj teoriji prvi su je sustavno izučavali tvorci Michiganske škole, teorijsko-empirijskoga smjera u istraživanju izbora što se razvio 1950-ih i 1960-ih godina na Ann Arboru, svučilištu u američkoj saveznoj državi Michiganu. U nizu klasičnih studija, među kojima su najvažnije *The American Voter* (1960.) i *Elections and Political Order* (1966.), istraživači te škole razvili su cjelovit socijalno-psihološki model biračkoga ponašanja koji je, u osnovi, opstao do danas.² Istraživanjem

američkih izbora oni su utvrdili da na odluku birača o tome za koga će glasovati utječu tri glavna čimbenika: stranačka identifikacija, problemska orijentacija i kandidatske preferencije.

Stranačku identifikaciju odredili su kao dugoročnu stabilnu vezanost birača za određene političke stranke koja se razvija tijekom ranoga procesa socijalizacije u obitelji i školi i na koju ne utječu prolazni politički događaji. Nije nužno povezana s formalnim članstvom u stranci, nego uključuje i tzv. psihološko članstvo ili afektivnu vezanost za stranku. Ako su posrijedi normalni izbori, ona presudno određuje njihov ishod. Nasuprot dugoročnosti stranačke identifikacije, problemske i kandidatske orijentacije uglavnom su kratkoročne i kontingentne odrednice biračkih odluka. Problemska orijentacija znači da su birači spremni dati svoje glasove u određenim izborima onoj stranci za koju vjeruju da je najsposobnija riješiti trenutačno najvažnije društvene probleme ili one društvene probleme koje oni smatraju najvažnijima. Kandidatska orijentacija znači, pak, da će glasovati za one kandidate koji, prema njihovu mišljenju, mogu najbolje rješavati društvene probleme i koji su najsposobniji i najprikladniji da vladaju državom. Osim problemske kompetentnosti i vodstvenih kvaliteta, kandidatska orijentacija obuhvaća i osobni integritet kandidata te njihove nepolitičke osobine, poput izgleda ili ukusa. Ako se u nekoj zemlji dogodi neka vrsta odstupajućih izbora zbog izvanrednih političkih i društvenih događaja, problemske i kandidatske orijentacije birača mogu prevagnuti nad njihovom stranačkom identifikacijom i presudno utjecati na ishod izbora.

U pojednostavnjenom opisu razvoja izbornih studija u 20. stoljeću moglo bi se kazati da je prvotno prevladavajući koncept stranačke identifikacije kao ključne odrednice biračkoga ponašanja bio postupno potiskivan konceptom problemskoga glasovanja, a potom se činilo kako problemsko glasovanje uzmiče pred usponom kandidatski usmjerenoga glasovanja. Postavka o porastu kandidatskoga glasovanja – koju je na početku 1990-ih paradigmatički izložio američki politolog M. P. Wattenberg (1991.) – ili o velikom valu personalizacije izbora zasnivala se na dva uporišta. Prvo uporište činio je uvid u opći trend slabljenja stranačke identifikacije građana i krizu političkih stranaka u svim razvijenim demokracijama. Potkrepljivan je empirijskim podacima o opadanju broja članova političkih stranaka, povećanju fluktuacije glasova i porastu broja *swingera* ili *switchera*, tj. nestalnih ili promjenljivih birača, uspjehu novih stranaka i fragmentiranju stranačkih sustava itd. Drugo uporište činila je spoznaja o slabljenju problemskoga glasovanja zbog *party and policy convergence*, tj. sve većega ideološkog približavanja stranaka i javnih politika što ih one vode (Evans, 1999.; Wattenberg, 1999.; Dalton i Watten-

berg, 2000.; Beyme, 2002.; Gunther, Montero, Linz, 2002.; i dr.). U teoriji, a pogotovo u publicistici i medijima, počelo se govoriti o posvemašnjoj personalizaciji izbora kao glavnome političkom trendu u suvremenim demokracijama. Kako bi se naglasilo da taj trend ne ovisi o institucionalnim aranžmanima te da zahvaća sve sustave političke vlasti, počelo se spekulirati o općem trendu "prezidencijalizacije" izbora u parlamentarnim demokracijama, u kojoj su ulogu kandidata za predsjednika države preuzeli kandidati za premijera (Mughan, 2000.).

Kandidatsko glasovanje između stranačke identifikacije i problemske orijentacije

U ozbiljnim izbornim studijama glavne odrednice biračkoga ponašanja nikad, pak, nisu promatrane posve izdvojeno, kao što ni utjecaj neke od njih nije apsolutiziran. Ogleđan je primjer takva pristupa knjiga *The New American Voter* (1996.) Warren E. Millera i Merrilla J. Shanksa – koja naslovom parafrazira klasičnu studiju *The American Voter* o "starome" američkom biraču – u kojoj su autori utvrdili da je na glasovanje u američkim predsjedničkim izborima 1980-ih i 1990-ih utjecao cijeli splet odrednica: stabilna socijalna i ekonomska obilježja birača, identifikacija birača sa strankama i stabilne predispozicije u odnosu prema njihovim politikama, preferencije suvremenih problema te ekonomskih i društvenih uvjeta, vrednovanje djelovanja mandatnoga predsjednika države, vrednovanje osobnih kvaliteta ostalih kandidata koji se natječu za predsjednički položaj te procjena budućega djelovanja kandidata i stranaka (1996., 15 i d.). Ukratko, na izborne odluke "novih" američkih birača utječu njihov opći društveni položaj, stranačka identifikacija, problemska orijentacija i kandidatske preferencije, a njihovo je glasovanje istodobno retrospektivno i prospektivno.

Svojevrsan sukob dviju škola mišljenja u najnovijoj političkoj teoriji – one koja ističe premoć kandidatski usmjerenih izbora i politike u eri "medijske demokracije" (usp. Street, 2003.; Meyer, 2003.; McNair, 2003.) i one koja relativizira tu premoć – nastoji se prevladati ili makar ublažiti kontingentnim empirijskim analizama koje utvrđuju okolnosti u kojima ličnosti i osobine glavnih kandidata postaju važne ili čak presudne za ishod nacionalnih izbora, kao i okolnosti u kojima su one manje važne ili čak nevažne za izborne rezultate.

A. King (2002., 41-42) tako razlikuje utjecaj ličnosti i osobina vođa na dvije razine: na razini odluke pojedinačnih birača (*gross level*) i na važnijoj razini općih rezultata izbora (*net level*). Na prvoj razini utjecaj ličnosti i osobina političkih vođa bit će veći: 1. ako velik broj birača uočava velike razlike u vodstvenim sposobnostima kandidata, 2. ako je emocionalna po-

vezanost birača sa strankama slaba te 3. ako birači vide tek slabe druge razloge – recimo, razlike u politikama – zbog kojih bi birali nekoga drugog vođu od onoga kojega preferiraju. Na drugoj razini utjecaj ličnosti političkih vođa bit će veći: 1. ako njihove osobine djeluju na velik broj birača te ako se istodobno preferencije velikoga broja birača "sliju" u korist jednoga kandidata i 2. ako drugi uvjeti u kojima se provode izbori utječu na krajnje neizvjesnu izbornu utrku i krajnje tjesan ishod izbora, pa u tome nedistinktivnom političkom sklopu ličnosti glavnih kandidata izbijaju u prvi plan. King, drugim riječima, pretpostavlja da se o premoći ili izrazito jakom utjecaju kandidatske orijentacije među biračima može govoriti samo u uvjetima oslabljene stranačke identifikacije, bliske problemske i političke orijentacije kandidata i stranaka te uočljive razlike u vodstvenim sposobnostima političkih takmaca. F. Brettschneider (2002., 58) još više "ogoljuje" uvjete kandidatskoga glasovanja, tvrdeći da je ono na djelu kad "birač nema nikakve druge oslonce za svoju izbornu odluku. To se događa kad se on izrazito ne identificira s nekom strankom ili kad njegove tematske orijentacije ne pridonose donošenju odluke – kad stranke zauzimaju slične pozicije ili kad su jednako udaljene od pozicija birača, odnosno kad nisu uočljive razlike u kompetentnosti stranaka da rješavaju političke probleme". Nepostojanje stranačke identifikacije i nepostojanje uvjeta za problemsku orijentaciju stvaraju slobodan prostor za usmjeravanje birača na ličnosti kandidata. No to nije dostatno samo po sebi za kandidatsko glasovanje: da bi birači glasovali isključivo na temelju kandidatskih preferencija, moraju uočiti glavne razlike među kandidatima te jednoga od njih vrednovati izrazito pozitivno, a drugoga vrlo negativno.

Primjena Kingove kontingentne analitičke strategije na nekoliko desetaka ciklusa nacionalnih izbora³ pokazala je kako kandidatske orijentacije najčešće djeluju kao višestruko posredovana odrednica biračke odluke. Empirijska analiza britanskih izbora pokazala je, primjerice, da su ishodište biračkih odluka stabilne ideološke pozicije i stranačke identifikacije birača, koje su uzrokovane temeljnim društveno-ekonomskim obilježjima pojedinaca; one određuju *policy* preferencije birača, a te preferencije uvjetuju vrednovanje stranačkih kandidata. Drugim riječima, kandidatske preferencije uvjetovane su problemskim orijentacijama, a njih određuje dugoročna stranačka identifikacija, pa se kandidatske preferencije pojavljuju kao dvostruko posredovana odrednica biračkoga ponašanja.⁴ Da posredovanost kandidatskih preferencija temeljnijim čimbenicima biračkih odluka nije isključivo svojstvo parlamentarnih demokracija, pokazalo se u analizi francuskih predsjedničkih izbora. Na odnos birača prema

predsjedničkim kandidatima utječe primarna ideološka orijentacija birača na osi lijevo-desno – a to je tradicionalni francuski politički rascjep nastao još u revoluciji 1789. godine – i s njome povezana stranačka ili, bolje rečeno, blokovska politička identifikacija, koje presudno utječu na glasovanje birača u drugom krugu izbora u kojima se bira predsjednik države između, u pravilu, dvojice kandidata ljevice i desnice.⁵ Kao razmjerno stabilan element dugoročne političke orijentacije u svim zapadnim demokracijama, stranačka identifikacija uvelike određuje i percepciju društvenih problema te sposobnosti stranaka i njihovih kandidata da ih riješe. Premda je, dakle, stranačka identifikacija neka vrsta "percepcijskoga filtra" u problemskoj i kandidatskoj orijentaciji birača, ona nije njihov puki odraz: sve tri odrednice međusobno utječu jedna na drugu, a izborna odluka nastaje kao posljedica spleta tih međutjecaja.

King (2002., 213) zaključno konstatira da su od 53 ciklusa parlamentarnih i predsjedničkih izbora ličnosti glavnih kandidata nedvojbeno odlučno utjecale na opći ishod izbora samo u četiri ciklusa: u francuskim predsjedničkim izborima 1965., britanskim parlamentarnim izborima 1972. i u listopadu 1974. te u kanadskim parlamentarnim izborima 1967. Među njima nisu, dakle, izbori koji se uobičajeno označuju kao ishodišta novoga velikog vala personalizacije: ni "Clintonovi izbori" 1992. i 1996., ni "Blairovi izbori" 1997. i 2001., ni "Schröderovi izbori" 1998.⁶ Štoviše, empirijske su analize pokazale da presudan utjecaj ličnosti te trojice političara na opći rezultat izbora nije bio ni vjerojatan, a samo se utjecaj Schröderove ličnosti na pobjedu njemačkih socijaldemokrata 1998. smatra mogućim. Time su empirijske analize opovrgnule jedan od većih novijih političkih mitova personalističke teorije politike.

U proučavanju personalizacije izbora nije dostatan samo socijalno-psihološki model analize biračkog ponašanja, nego ga treba dopuniti institucionalnim pristupom te poći od postavke da političke institucije bitno određuju djelovanje aktera u svojem okružju, pa tako i ponašanje birača na izborima. Primjena toga pristupa trebala bi razbiti drugi mit personalističke teorije: mit o neovisnosti personalizacije izbora o glavnim političkim institucijama u sklopu kojih se izbori provode. U dosad najsustavnijoj poredbenoj analizi utjecaja političkih institucija na personalizaciju izbora F. Brettschneider (2002.)⁷ utvrdio je da na opseg kandidatskoga glasovanja najviše utječu tri glavna političko-institucionalna aranžmana: parlamentarni i predsjednički sustav vlasti, dvostranački i višestranački sustav te većinski i razmjerni izborni sustav, uključujući i način selekcije kandidata koji se natječu na općim izborima. Pokazalo se da je kandidatsko glasovanje najizraženije u američkome predsjedničkom sustavu, u kojemu se predsjed-

nik države bira izravno, gdje su razmjerno slabe veze između kandidata i njihovih stranaka, gdje u izborima i u Kongresu dominiraju dvije velike stranke, a političari se biraju relativnom većinom glasova i selekcioniraju u predizborima. Kandidatske preferencije najjače, dakle, određuju glasovanje Amerikanaca u izborima predsjednika države: "U svih 11 istraženih izbora usporedni stavovi prema dvojici konkurenata za predsjednika čine najvažniju od triju eksplanatornih veličina, a slijede ih stranačka identifikacija i tematske orijentacije. Stoga je na predsjedničkim izborima opravdano govoriti o personaliziranim odlukama" (Brettschneider, 2002., 115). No nije posrijedi nepolitička personalizacija, jer se pokazalo da u biračkom vrednovanju američkih predsjedničkih kandidata prevladavaju problemska kompetentnost i vodstvene sposobnosti. Paradigmatski dokaz te tvrdnje jest pobjeda W. Clintona na predsjedničkim izborima 1996. unatoč "aferi Lewinsky" koja je dobroano uzdrmla njegov osobni integritet i imidž. Nasuprot SAD-u, u parlamentarnim sustavima Velike Britanije i Njemačke s jakim i izgrađenim političkim strankama i strukturiranim stranačkim sustavima prevladavaju dugoročne veze birača sa strankama, tj. temeljna stranačka identifikacija. U Velikoj Britaniji problemska i kandidatska orijentacija podjednako utječu na birače, dok je u Njemačkoj problemska orijentacija važnija odrednica biračke odluke od kandidatskih preferencija. U potonjoj zemlji na rijetkim su izborima kandidatske preferencije bile važnije od tematskih usmjerenja; to se dogodilo samo prilikom izbora W. Brandta 1972., H. Kohla 1994. i, ponajviše, G. Schrödera 1998. za njemačke kancelare.⁸ Česti su bili primjeri da su karizmatični i javno omljeni kandidati gubili izbore u srazu s nekarizmatičnim i nepopularnijim kandidatima upravo zato što je većina birača doživljavala izbore kao natjecanje stranaka, a ne pojedinaca. Najdugovječniji njemački kancelar, H. Kohl, nikad nije bio osobito popularan u javnosti, osim u godini ponovnog ujedinjenja Njemačke, a njegov je "nepolitički lik" redovito izvirgavan podsmijehu političkih protivnika, ali i političkih pristaša.⁹

Ukratko, složenim analitičkim strategijama, koje se temelje na nalazima višegodišnjih empirijskih istraživanja, dospjelo se do triju ključnih uvida. Prvo, u posljednja dva desetljeća ne može se govoriti o jedinstvenom trendu porasta kandidatskoga glasovanja prema prijašnjim razdobljima. Opseg kandidatskoga glasovanja varira od izbora do izbora i razlikuje se od zemlje do zemlje. Drugo, kandidatske preferencije zasnovane su poglavito na biračkoj procjeni problemske kompetentnosti i vodstvenih sposobnosti političara, a tek potom njihova osobnog integriteta i nepolitičkih svojstava, kao što su izgled, šarm ili ukus. Ne može se, prema tome, govoriti o trendu nepolitičke personalizacije izbora. Treće, fenomen

personalizacije izbora zasnovan je poglavito na personalizaciji medijskog izvještavanja o izbornim utrkama, a ne toliko na personalizaciji samih izbornih utrka i ponašanja birača, premda medijska politika nije bez utjecaja na sve izravne aktere izbora.

Kandidatsko glasovanje na parlamentarnim izborima u Hrvatskoj

Kandidatsko glasovanje u Hrvatskoj nije dosad istraživano zasebno i temeljito.¹⁰ Ipak, neki su empirijski nalazi prikupljeni u longitudinalnome empirijskom istraživanju političkih stavova i orijentacija hrvatskih birača.

Osnovicu ove analize čine nalazi empirijskih istraživanja provedenih u okviru projekta "Izbori, stranke i parlament u Hrvatskoj" na Fakultetu političkih znanosti od 1990. do 2003. Istraživanja su provedena dva-tri tjedna prije glasovanja za Zastupnički dom Hrvatskoga sabora na uzorcima od 2608 (1990.), 2359 (1992.), 1144 (1995.), 1126 (1999.) i 1153 (2003.) ispitanika. Posrijedi je bio višestapni stratificirani uzorak. Uzorak je stratificiran prema: 1. veličini i tipu naselja, tako da je obuhvaćao ruralna i urbana naselja različite veličine i 2. teritorijalnoj smještenosti, tako da su obuhvaćeni ispitanici u općinama u svim regijama (1990., 1992.), odnosno u svim županijama (1995.) i izbornim jedinicama (1999., 2003.). Broj ispitanika iz pojedinih istraživačkih jedinica određen je razmjerno njihovu udjelu u ukupnom stanovništvu Hrvatske. U istraživanjima 1990., 1992., 1995. i 1999. odabir ispitanika temeljio se na sustavnome slučajnom izboru iz popisa birača u mjestima gdje je istraživanje provedeno. Taj je postupak 2003. zamijenjen metodom *random walk*, unutar koje su se sustavno slučajno birala kućanstva. Od 1990. do 1999. sami su ispitanici ispunjavali ankete, dok su 2003. anketari intervjuirali ispitanike u njihovim domovima. U svim dosadašnjim istraživanjima od ispitanika se, među ostalim, tražilo da utvrde glavne odrednice koje utječu na njihovo osobno glasovanje.¹¹

● TABLICA 1
Razlozi koji su utjecali na glasovanje birača na parlamentarnim izborima u Hrvatskoj 1990. – 2003.¹

Razlozi ²	1990.	1992.	1995.	2000.	2003.
Stranački program	60,1	60,4	20,7	18,2	19,8
Sposobnost stranke da riješi glavne probleme	34,6	37,5	24,6	38,5	33,5
Povjerenje u vodstvo stranke	29,5	46,4	23,0	8,0	8,4
Kandidati	7,6	16,3	7,3	6,5	5,9
Neodlučni	9,3	6,9	20,2	23,0	24,6
Apstinenti	7,2	2,0	3,7	3,5	7,8
Bez odgovora	51,8	30,4	0,6	2,4	0,0
	200,0	200,0	100,0	100,0	100,0

¹ Empirijsko istraživanje uoči izbora 3. siječnja 2000. provedeno je u prosincu 1999. Zbog preglednosti, podaci što se odnose na taj ciklus izbora navedeni su pod godinom 2000.

² U upitnicima 1990. i 1992. ispitanici su mogli navesti dva, a 1995., 2000. i 2003. samo jedan odgovor.

● **TABLICA 2**
Rang glavnih odrednica u glasovanju birača na općim izborima u Hrvatskoj 1990. – 2003.

Odrednica	1990.			1992.			1995.			2000.			2003.		
Stranačka identifikacija	SI1	SI2	Rang	SI1	SI2	Rang	SI1	SI2	Rang	SI1	SI2	Rang	SI1	SI2	Rang
	60,1	89,6	1	60,4	106,8	1	20,7	43,7	1	18,1	26,2	2	19,8	28,2	2
Problemsko glasovanje	PG		Rang ¹	PG		Rang	PG		Rang	PG		Rang	PG		Rang
	34,6		2/3	37,5		2/3	24,6		2/3	38,5		1	33,5		1
Kandidatska orijentacija	KO1	KO2	Rang ²	KO1	KO2	Rang	KO1	KO2	Rang	KO1	KO2	Rang	KO1	KO2	Rang
	7,6	37,1	3/2	16,3	62,7	3/2	7,3	30,3	3/2	6,5	14,4	3	8,4	14,3	3

¹ Prva brojka označuje rang problemskoga glasovanja u konkurenciji s užom kandidatskom orijentacijom, a druga brojka u konkurenciji sa širom kandidatskom orijentacijom.

² Prva brojka označuje rang uže, a druga brojka šire shvaćene kandidatske orijentacije.

Grupiranje pozitivnih odgovora u tri temeljne kategorije – stranačka identifikacija, problemsko glasovanje i kandidatska orijentacija – otežava odgovor "povjerenje u vodstvo stranke", koji se može interpretirati i kao element opće stranačke identifikacije i kao element kandidatske orijentacije: vodstvo stranke nedvojbeno je glavni sastavni dio stranačke organizacije, ali ono čini i glavne, najistaknutije kandidate stranke na općim izborima. U tablici 2 prikazane su obje mogućnosti interpretacije tog elementa: i kao dijela stranačke identifikacije i kao dijela kandidatske orijentacije. Stranačka identifikacija koju čini samo stranački program označena je kao uža koncept (SI1), a stranačka identifikacija koju čine stranački program i povjerenje u vodstvo stranke kao širi koncept (SI2). Sukladno tome, užu kandidatsku orijentaciju čini samo glasovanje za kandidate na izborima (KO1), a širu i glasovanje za kandidate i povjerenje u vodstvo stranke, čiji su članovi beziznimno bili i glavni stranački kandidati na općim izborima (KO2). Problemska orijentacija (PG) određena je jednoznačno.

Iz tablice 2 vidi se kako je upravo prijeporna kategorija "povjerenja u vodstvo stranke" presudno utjecala na rang problemske i kandidatske orijentacije na izborima 1990., 1992. i 1995. Bez te dvoznačne odrednice moglo bi se pouzdano kazati da je na glasovanje hrvatskih birača u pet proteklih ciklusa općih izbora najjače utjecala stranačka identifikacija (rang 1 u tri ciklusa izbora i rang 2 u dvama izborima), potom problemska orijentacija (rang 2 u tri ciklusa i rang 1 u dvama izborima) te na kraju kandidatska orijentacija birača (rang tri u svim izborima). Uz nužan metodički oprez, može se ustvrditi kako nalazi empirijskih istraživanja upućuju na to da je pojam povjerenja u vodstvo stranke strukturno vezaniji za opću stranačku identifikaciju nego za kandidatsku orijentaciju. Dok su, naime, problemska i kandidatska orijentacija birača bile razmjerno stabilne u svih pet ciklusa izbora – osim osjetnijega porasta kandidatske orijentacije 1992. i problemske 1995. – privrženost stranačkom programu i povjerenje u vodstvo stranke bile su mnogo nestabilnije odrednice biračkoga ponašanja

i doživljavale su istodoban, gotovo dramatičan, pad od 1990. do 2003. To upućuje na to kako je riječ o strukturnim usko povezanim odrednicama.

Utjecaj stranačke identifikacije na ponašanje birača ne može se, pritom, izvoditi iz masovnoga formalnog članstva u političkim strankama. Visok stupanj formalne uključenosti u stranke zabilježen je samo 1990. godine: tada je čak 29,6% ispitanika izjavilo da su članovi političkih stranaka, pri čemu se 12,8% deklariralo kao članovi SKH-SDP-a, a 8,7% kao članovi HDZ-a. Riječ je o izborima koji su prethodili disoluciji masovnoga članstva vladajućeg SKH-a – već na izborima 1992. članovima sukcesorskoga SDP-a izjasnilo se samo 1% birača – i koji su uslijedili nakon masovne političke mobilizacije što ju je proveo oporbeni HDZ – već na izborima 1992. postotak članova HDZ-a smanjio se na 6,4%. Nakon prvih slobodnih izbora udio formalnih članova političkih stranaka u biračkom tijelu opada i kreće se, prema nalazima istraživanja, od 14% (1992.), 9,4% (1995.), 12,4% (1999.) do 9,8% (2003.). Opravdano je, dakle, pretpostaviti kako postoji uzročna povezanost između opadanja članstva u strankama i slabljenja utjecaja stranačke identifikacije na biračke odluke. No znatno je veći dio birača bio "afektivno vezan" uz političke stranke, što najbolje pokazuju nalazi o osobnom osjećaju bliskosti birača s pojedinim strankama. Ta je varijabla uvedena u istraživanje tek 1995.¹² U sva tri ciklusa izbora postotak birača koji su se osjećali bliskima s nekom političkom strankom višestruko je nadmašivao postotak formalnih članova stranaka i kretao se od 42,6% (1995.) i 43,3% (2000.) do 37,7% (2003.). Blagi trend opadanja afektivne vezanosti za političke stranke može se povezati s porastom važnosti problemskoga glasovanja nauštrb opće stranačke identifikacije, a koji je zabilježen u istom razdoblju.

Uža kandidatska orijentacija bila je sustavno i gotovo ravnomjerno niska u svih pet ciklusa izbora – stanovitu iznimku čini, kako je već navedeno, jači utjecaj kandidatskih preferencija na izborima 1992. godine – neovisno o bitnim promjenama institucionalnih uvjeta izbornoga natjecanja. Kandidatsko glasovanje bilo je postojano slabo u institucionalnim uvjetima koji mu, prema konvencionalnom mišljenju, izrazito pogoduju: u uvjetima polupredsjedničkoga sustava vlasti (1990. – 2000.) te većinskoga (1990.) i kombiniranoga izbornog sustava (1992. i 1995.), u kojemu se u većinskom segmentu izbora s natjecanjem pojedinačnih kandidata stjecalo 50% (1992.), odnosno 26% (1995.), mjesta u parlamentu.

Nadalje, ono je bilo najslabije u kontingentno najpovoljnijim uvjetima: u početnim tranzicijskim uvjetima u kojima još nije bilo jakih političkih stranaka s kojima bi se birači identificirali, u kojima su političke institucije općenito bile slabe, a

politike ratnih i poluratnih vlada selektivne, neartikulirane i promjenjive. Sve te okolnosti – koje se katkad zaoštreno opisuju kao stanje u kojem se izbori provode bez postojanja stabilnoga demokratskog političkog poretka (Rose i Munro, 2002.) – nisu, u načelu, pogodovale razvoju stranačke identifikacije i problemskoga glasovanja, ali su zato trebale pogodovati porastu kandidatskoga glasovanja, osobito potaknutome medijskom proizvodnjom i nametanjem imidža političara kao ključne odrednice izborne odluke. Ipak nije bilo tako.¹³

U hrvatskim uvjetima stranačka identifikacija pokazala se najsnažnijom odrednicom biračke odluke upravo u uvjetima koji joj nisu trebali pogodovati: u doba postojanja formalnoga polupredsjedničkog, a stvarnoga predsjedničkog sustava vlasti, nerazvijenih političkih stranaka i nestrukturiranoga stranačkog sustava te većinskog i kombiniranog sustava izbora s natjecanjem pojedinačnih kandidata. Objašnjenje se zacijelo krije u činjenici da su političke institucije općenito bile slabe i da nisu snažnije strukturirale djelovanje političkih aktera u svojem okružju. Jedina moćna "institucija" bila je Hrvatska demokratska zajednica (HDZ) – pokret, stranka i država ujedno – s kojom su se birači cijelo jedno desetljeće identificirali pozitivno ili su tražili alternativne aktere identifikacije te ih nužno nalazili u oporbenim političkim strankama koliko god one bile slabe. Postupnim slabljenjem HDZ-a i raspadanjem sustava s dominantnom strankom, kao i nastankom poratne "normalne politike", stvaraju se uvjeti za izraženije problemsko glasovanje te, "incidentno", i kandidatsko glasovanje.

U sklopu slabljenja stranačke identifikacije objašnjivi su i dosad najpersonalističkiji izbori u Hrvatskoj: predsjednički izbori u veljači 2000. na kojima je pobijedio Stjepan Mesić. Mesić, doduše, nije bio nestranački kandidat, ali je politička koalicija što ga je kandidirala bila na parlamentarnim izborima koji su održani samo mjesec dana prije tek treći izborni akter po broju osvojenih glasova i mandata, pa potpora njezinih birača nipošto ne bi bila dostatna za Mesićeve pobjede. To, drugim riječima, znači da je ta pobjeda, u osnovi, bila posljedica kandidatskih preferencija birača različitih političkih blokova, stranaka i uvjerenja. Objašnjenje Mesićeve pobjede zacijelo se, djelomice i retroaktivno, može iščitati i iz nalaza u tablicama 3 i 4. Među vodećim hrvatskim političarima prije izbora 2003. birači su bili uvjerljivo najskloniji Mesiću, kojemu pripisuju najjače poticanje pozitivnih i najslabije izazivanje negativnih osjećaja u hrvatskome biračkom tijelu: ukratko, oko Mesićeve ličnosti najizrazitije se strukturiraju pozitivne emocije hrvatskih birača.¹⁴

Povezanost stranačke identifikacije i kandidatskoga glasovanja potvrđuju i podaci dobiveni križanjem tih dviju varijabli u istraživanju 2003. Među ispitanim biračima koji glasu-

ju poglavito za kandidate čak 91,2% nisu članovi političkih stranaka, a 62,3% uopće se ne osjeća ni bliskima s određenim političkim strankama. To su sigurni pokazatelji kako se potencijali kandidatskoga glasovanja nalaze poglavito među biračima koji nisu ni formalno ni afektivno vezani za političke stranke. Taj se nalaz posve podudara s nalazima najnovijih poredbenih empirijskih istraživanja u drugim demokracijama (King, 2002.; Brettschneider, 2002.). Nevezanost uz političke stranke nipošto nije i pokazatelj nezainteresiranosti za izbore i politiku općenito. Među kandidatski usmjerenim biračima u Hrvatskoj 2003. samo je 13,2% ispitanika izjavilo da ih izbori uopće ne zanimaju, 23,5% bilo je slabo, 41,2% osrednje, a 22,1% jako zainteresirano za izbore. Nadalje, među kandidatski usmjerenim biračima najviše je demokršćana (36,5%), liberala (31,7%) i socijaldemokrata (19%). U toj skupini pretežu žene (54,4%) nad muškarcima, ispitanici mlađe i srednje životne dobi nad starijim biračima te osobe sa srednjom školskom naobrazbom nad bolje i slabije obrazovanim glasačima.

Naposljetku, može li se slaba zastupljenost kandidatskoga glasovanja u Hrvatskoj objasniti i osobnim svojstvima glavnih kandidata i političkih vođa? Kakve je osjećaje u biračima izazvalo devet vodećih hrvatskih političara: osam predsjednika parlamentarnih stranaka do izbora 2003. i predsjednik države? Uvrštavanje predsjednika države u popis glavnih kandidata i vođa stranaka koje su se natjecale na parlamentarnim izborima nije metodološki svrhovito i opravdano. No ono je dobro poslužilo da se pripomogne objašnjenju Mesićeve pobjede na predsjedničkim izborima 2000., koji su, čini se, dosad bili i jedini nacionalni izbori na kojima su kandidatske preferencije birača odlučile o općem rezultatu izbora.

U zatvorenom upitniku ponuđene su četiri vrste osjećaja što ih političari pobuđuju među biračima: entuzijizam, poštovanje, tjeskoba i odbojnost. Posrijedi su osobine koje se ubrajaju u standardnu kategoriju imidža kandidata. Entuzijizam se shvaća kao sposobnost političara da pokrenu birače za svoje ideje, programe i politike i sastavni je dio njegovih vodstvenih kvaliteta. To je ujedno i jedina osobina koja pripada njegovoj konvencionalno shvaćenoj političkoj ulozi. Poštovanje je izraz osobnog integriteta političara i ubraja se u takozvana stilistička svojstva pojedinca. Tjeskoba i odbojnost osobna su svojstva kojima neki političar "zrači" i svrstavaju se u nepolitičke osobine političara. Upitnik je, dakle, ponudio mogućnost ispitanicima da izraze svoje mišljenje o nekim elementima vodstvenih sposobnosti, osobnog integriteta i nepolitičkih osobina političara koje čine, kako je prethodno istaknuto, tri dimenzije imidža političara. Ispitanici se nisu mogli izjašnjavati o problemskoj kompetentnosti političara, koja – uz vodstvene kvalitete – čini i najvažniju političku dimen-

● **TABLICA 3**
Pozitivni utjecaji hr-
vatskih političara na
birače (izbori 2003.)

Političari	Entuzijazam					Poštovanje				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Ivo Banac	55,7	15,5	20,5	5,7	2,6	41,1	15,8	26,5	12,4	4,1
Dražen Budiša	43,1	19,7	23,4	8,9	4,0	32,3	18,1	28,5	13,2	7,9
Anto apić	44,1	16,0	21,3	12,6	9,0	32,7	17,1	26,7	13,9	9,5
Milan ukić	77,0	11,0	8,2	2,2	1,7	67,5	16,0	12,7	2,5	1,4
Stjepan Mesić	22,0	10,6	30,5	18,8	18,2	14,6	8,9	25,9	26,2	24,3
Vesna Pusić	40,5	12,9	22,1	13,2	11,3	31,8	13,8	24,0	16,0	14,4
Ivica Račan	32,4	17,4	27,6	12,6	9,9	23,5	16,1	30,5	17,9	12,0
Ivo Sanader	45,1	14,1	19,2	10,0	11,6	36,3	15,6	21,7	13,4	13,0
Zlatko Tomčić	30,0	19,3	29,9	14,8	6,0	18,0	18,3	34,7	19,4	9,5

ziju imidža političara te, prema nalazima relevantnih svjetskih istraživanja, ponajviše utječe na njihov uspjeh ili neuspjeh na izborima.

Ispitanici su mogli izraziti intenzitet svakog osjećaja što ga pobuđuje svaki političar na ljestvici od 1 do 5 (1 = nimalo, 2 = slabo, 3 = donekle, 4 = jako, 5 = vrlo jako). U vrednovanju pozitivnih osjećaja najviše su vrijednosti 4 i 5, a u vrednovanju negativnih osjećaja najbolje su vrijednosti 1 i 2. Rezultati istraživanja prikazani su u dvije tablice: u tablici 3 prikazani su pozitivni osjećaji, entuzijazam i poštovanje, a u tablici 4 negativni osjećaji, tjeskoba i odbojnost, što ih pojedini političari pobuđuju ili ne pobuđuju među biračima.

Izuzmu li se iz analize predsjednik države, čije osobine nisu bile relevantne za ishod parlamentarnih izbora, i "odstupajući političar" Milan ukić, predsjednik Srpske narodne stranke (SNS), prema kojemu je vjerojatno postojao negativan vrijednosni *bias* etničkih hrvatskih birača – njihovo uvrštenje u upitnik i u prikaz ima, pak, kontrolnu vrijednost jer na stanovit način potvrđuju valjanost ostalih nalaza, imajući u vidu i druga istraživanja javnoga mnijenja u Hrvatskoj – onda u igri ostaje sedam predsjednika glavnih nacionalnih političkih stranaka i do izbora 2003. i nakon njih. Ima li se na umu ta činjenica, nalazi su porazni.

Vodeći hrvatski političari slabo potiču entuzijazam među biračima: najgore rangirani Ivo Banac (LS) ne budi nikakav ili budi tek zanemariv entuzijazam kod više od 70% birača, a najbolje rangirani Ivo Sanader (HDZ), Zlatko Tomčić (HSS) i Ivica Račan (SDP) ne čine to kod gotovo polovice ispitanih birača. Nalaz je to porazniji ako se zna da su trojica potonjih političara bili vođe triju glavnih hrvatskih političkih stranaka u proteklom razdoblju, bivši i sadašnji premijer te bivši predsjednik parlamenta. Oni su, kao najbolje rangirani političari koji su najviše širili jak i vrlo jak entuzijazam, mogli nadahnuti i pokrenuti tek svakoga četvrtog birača.

Vodeći hrvatski političari nisu ni osobito poštovani među biračima. Najveće poštovanje – zbroj vrijednosti 4 i 5 – izazi-

vali su Vesna Pusić (HNS), Ivica Račan i Zlatko Tomčić, glavni akteri vladajuće koalicije 2000. – 2003., a najmanje Ivo Banac, koji je također bio član bivše koalicijske vlade. To upućuje na to da birači ne strukturiraju svoje pozitivne ili negativne emocije isključivo prema pripadnosti političkim taborima, nego i na temelju osobnog odnosa prema pojedinim političarima.

Političari	Tjeskoba					Odbojnost				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Ivo Banac	58,8	14,9	12,9	5,5	7,9	51,2	11,2	13,8	8,1	15,8
Dražen Budiša	48,0	18,0	18,1	7,2	8,6	42,8	15,8	16,2	9,7	15,5
Anto apić	51,6	18,3	15,1	6,0	9,0	48,0	15,3	15,3	8,2	13,3
Milan ukić	42,4	12,7	12,8	8,3	23,8	29,3	12,1	14,2	8,1	36,2
Stjepan Mesić	59,7	13,2	15,7	4,8	6,7	61,3	12,2	13,8	4,0	8,7
Vesna Pusić	54,6	13,8	13,7	5,0	12,9	49,8	14,2	10,7	6,5	18,8
Ivica Račan	51,4	17,2	16,9	4,9	9,6	49,1	15,9	14,6	7,5	12,9
Ivo Sanader	46,7	14,8	16,4	8,1	14,0	42,1	12,0	15,0	10,6	20,3
Zlatko Tomčić	51,6	19,3	18,4	5,8	4,9	49,4	18,2	17,2	7,3	7,9

● **TABLICA 4**
Negativni utjecaji hrvatskih političara na birače (izbori 2003.)

Općenito se može kazati da vodeći hrvatski političari ne pobuđuju tjeskobu ili je ta tjeskoba mala. Najmanju tjeskobu – zbroj vrijednosti 1 i 2 – kod birača izazivaju Ivo Banac i Zlatko Tomčić. Najjače osjećaje tjeskobe – zbroj vrijednosti 4 i 5 – izazivali su, pak, Ivo Sanader i Vesna Pusić. Većini birača hrvatski političari uglavnom nisu odbojni. Najjaču odbojnost – zbroj vrijednosti 4 i 5 – osjećali su, ipak, prema Ivi Sanaderu, Vesni Pusić i Draženu Budiši (HSLŠ). S obzirom na posljednji nalaz, hrvatski političari očito imaju problema i sa svojim nepolitičkim imidžima – bilo da ih stvaraju sami svojim nastupima u javnosti bilo da su medijski proizvedeni i posredovani.

U cjelini, imidž glavnih hrvatskih političara i glavnih kandidata na izborima "proizvodi" pretežno negativne emocije među biračima. Unatoč očitim razlikama u vrednovanju i doživljaju pojedinih od njih, one ipak nisu takve da bi pridonijele porastu ili čak nastanku pravoga vala kandidatskoga glasovanja. Ni jedan kandidat nije, naime, ni krajnje pozitivno ni krajnje negativno ocijenjen i doživljen prema drugima da bi proizveo masovne biračke preferencije u svoju korist ili na svoju štetu. Stoga će i u dogledno vrijeme glavni političari na izborima biti doživljavani poglavito kao stranačke figure ili stranački ljudi. Odnos birača prema njima bit će "filtriran" kroz stranačku vezanost.

BILJEŠKE

¹ O impresionistički usmjerenom modelu vrednovanja kandidata usp. Lodge, McGraw, Stroh, 1989.

² O novijem vrednovanju mjesta i utjecaja te škole na razvoj izbornih studija v. Franklin i Wlezien, 2002. te tematske priloge u časopisu *Electoral Studies* (2003., br. 2) posvećene djelu W. E. Millera u povodu njegove smrti.

³ Analiza je obuhvatila predsjedničke izbore u SAD-u (1960. – 2000.), Francuskoj (1965. – 1995.) i Rusiji (1996. – 1999.), te parlamentarne izbore u Velikoj Britaniji (1964. – 2001.), Njemačkoj (1961. – 1998.) i Kanadi (1965. – 1997.).

⁴ U uvodno naznačenom sklopu u kojemu su i nastale novije personalističke teorije izbora posebno je važna analiza britanskih izbora 1997. i 2001. u kojima su pobijedili Novi laburisti T. Blaira. Analize britanskih izbora pokazale su da u oba primjera Blair nije pobijedio "sam po sebi", nego je ubrao plodove prethodnoga političkog rada: ideološke, političke i organizacijske modernizacije britanske Laburističke stranke 1992. te dobre ekonomske politike i krize konzervativaca 2001. Blairov je utjecaj na birače bio, dakle, posredovan njegovim uspjesima u stranci, vladi i administraciji (usp. i King i sur., 1998.). O odnosu ličnosti kandidata na ishod izbora u Velikoj Britaniji prije "Blairove ere" v. i Graetz i McAllister, 1987.; Bean i Mughan, 1989.; i dr.

⁵ Analize francuskih predsjedničkih izbora pokazale su da su samo jedni predsjednički izbori u poratnoj francuskoj povijesti bili izrazito personalistički i da su odlučeni nadblokovskim glasovanjem birača za jednoga kandidata: izbor Charlesa de Gaullea za predsjednika države 1965. godine (usp. i Pierce, 1995.; Hacker, 1995.).

⁶ U poredbenoj analizi utjecaja ličnosti kandidata dviju najvećih stranaka na ishod američkih predsjedničkih te britanskih i njemačkih parlamentarnih izbora od 1960. do 2000. F. Brettschneider (2002., 107) je, primjerice, došao do nalaza da "od 1960. nijednoga drugoga natjecatelja za predsjednika pristaše protivničke stranke nisu tako jako odbacivali kao Billa Clintona. Samo je ponovnom izboru Richarda Nixona (1972.) i Ronalda Reagana (1984.) prethodilo pozitivnije vrednovanje mandatnoga predsjednika u vlastitu taboru. To dvoje zajedno dovelo je do toga da je vrednovanje demokratskoga natjecatelja za predsjednika bilo jače obilježeno pravcem i intenzitetom stranačke identifikacije od bilo kojega drugog natjecatelja od 1960."

⁷ Analiza je obuhvatila 32 ciklusa predsjedničkih i parlamentarnih izbora u SAD-u, Velikoj Britaniji i Njemačkoj od 1960. do 2000. Autor je istraživao utjecaj ličnosti kandidata dviju najvećih stranaka – američkih republikanaca i demokrata, britanskih konzervativaca i laburista te njemačkih demokršćana i socijaldemokrata – na opće ishode izbora.

⁸ U Njemačkoj se o personalizaciji izbora osobito intenzivno počelo raspravljati nakon pobjede socijaldemokrata G. Schrödera na parlamentarnim izborima 1998. O tome usp. Brettschneider, 1998.; Klein i Ohr, 2000.; i dr. O utjecaju kandidata na biračke odluke prije "Schröderove ere" usp. Kaase, 1994.

⁹ Poredbenu analizu političkih stilova poslijeratnih njemačkih kancelara, o kojima je uvelike ovisila njihova percepcija u javnosti, v. u: Korte, 2001.

¹⁰ Hrvatska u tom pogledu nije iznimka: "Od svih komponenti anarborškoga modela kandidatska orijentacija je najmanje istražena. Možda je to povezano sa slabom intelektualnom privlačnošću deskriptivnih izbornih studija; naime, nasuprot stranačkoj identifikaciji i tematskoj orijentaciji, koje se mogu povezati s pristupom ciljanim

skupinama, odnosno pristupom racionalnog izbora, nema uvjerljive teorijske osnove za formuliranje postavki o djelovanju učinaka kandidata" (Gabriel, 2001., 234).

¹¹ O pojedinostima istraživanja, uključujući i sadržaj anketa, v. u Kasapović, 2001.

¹² Neka vrsta nadomjeska za taj pokazatelj u istraživanjima 1990. i 1992. mogu biti nalazi o tome da je nekoliko tjedana prije glasovanja 66% (1990.) i 71,9% (1992.) ispitanika znalo kojoj će stranci dati svoj glas na dan izbora. Ti su podaci višestruko veći od podataka o formalnom članstvu u političkim strankama u obje izborne godine.

¹³ Jedan od kontrolnih pokazatelja slabosti kandidatskoga glasovanja jest i opći neuspjeh neovisnih kandidata u svim dosadašnjim parlamentarnim i predsjedničkim izborima u Hrvatskoj (usp. Kasapović, 2001., 224-234).

¹⁴ O nalazima empirijskog istraživanja glavnih motiva glasovanja birača na predsjedničkim izborima 2000. usp. Lamza Posavec i Milas, 2000.

LITERATURA

Bean, C., Mughan, A. (1989.), Leadership Effects in Parliamentary Elections in Australia and Britain, *American Political Science Review*, (83): 1165-1179.

Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F., McPhee, W. N. (1954.), *Voting. A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago: Chicago University Press.

Beyme, K. V. (2002.), *Transformacija političkih stranaka*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

Brettschneider, F. (1998.), Kohl oder Schröder. Determinanten der Kanzlerpräferenz gleich der Determinanten der Wahlpräferenz?, *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, (29): 401-421.

Brettschneider, F. (2002.), *Spitzenkandidaten und Wahlerfolg*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Campbell, A., Converse, Ph. E., Miller, W. E., Stokes, D. E. (1960.), *The American Voter*, New York: John Wiley & Sons.

Campbell, A., Converse, Ph. E., Miller, W. E., Stokes, D. E. (1966.), *Elections and Political Order*, New York: John Wiley & Sons.

Clarke, H. D., Stewart, M. C., Whiteley, P. (1997.), Tory Trends: Party Identification and the Dynamics of Conservative Support since 1992, *British Journal of Political Science*, (27): 299-319.

Dalton, R. J., Wattenberg, M. P. (ur.) (2000.), *Parties without Partisans. Political Change in Advanced Industrial Democracies*, Oxford: Oxford University Press.

Evans, G. (ur.) (1999.), *The End of Class Politics? Class Voting in Comparative Context*, Oxford: Oxford University Press.

Franklin, M. N., Wlezien, Ch. (ur.) (2002.), *The Future of Elections Studies*, Amsterdam: Pergamon.

Gabriel, O. W. (2001.), Parteiidentifikation, Kandidaten und politische Sachfragen als Bestimmungsfaktoren des Parteienwettbewerbs.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 13 (2004),
BR. 3 (71),
STR. 363-381

KASAPOVIĆ, M.:
PERSONALIZACIJA...

- U: O. W. Gabriel, O. Niedermayer, R. Stöss (ur.), *Parteiendemokratie in Deutschland*, Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, str. 228-249.
- Graetz, B., McAllister, I. (1987.), *Party Leaders and Election Outcomes in Britain 1974-1982*, *Comparative Political Studies*, (19): 484-507.
- Gunther, R., Montero, J. R., Linz, J. (ur.) (2002.), *Political Parties. Old Concepts and New Challenges*, Oxford: Oxford University Press.
- Hacker, K. (ur.) (1995.), *Candidate Images and Presidential Elections*, London: Praeger.
- Kaase, M. (1994.), *Is There Personalization in Politics? Candidates and Voting Behaviour in Germany*, *International Political Science Review*, (15): 211-230.
- Kasapović, M. (ur.) (2001.), *Hrvatska politika 1990.-2000.*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- King, A., Denver, D., McLean, I., Norris, P., Norton, P. H., Sanders, D., Seyd, P. (1998.), *New Labour Triumphs. Britain at the Polls*, Chatham: Chatham House Publ.
- King, A. (ur.) (2002.), *Leaders' Personalities and the Outcomes of Democratic Elections*, Oxford: Oxford University Press.
- Klein, M., Ohr, D. (2000.), *Gerhard oder Helmut? Unpolitische Kandidaten-eigenschaften und ihr Einfluss auf die Wahlentscheidung bei der Bundestagswahl 1998*, *Politische Vierteljahresschrift*, (41): 199-224.
- Korte, K. R. (2001.), *Die Entfaltung von Politikstilen nach Wahlen*. U: H. U. Derlien, A. Murswieck (ur.), *Regieren nach Wahlen*, Opladen: Leske+Budrich, str. 113-131.
- Lamza Posavec, V., Milas, G. (2000.), *Glavne motivacijske odrednice glasovanja na predsjedničkim izborima 2000. godine*. *Društvena istraživanja* (9): 567-580.
- Lodge, M., McGraw, K. M., Stroh, P. (1989.), *An Impression-Driven Model of Candidate Evaluation*, *American Political Science Review*, (83): 399-417.
- McNair, B. (2003.), *Uvod u političku komunikaciju*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Meyer, Th. (2003.), *Mediokracija. Medijska kolonizacija politike*, Zagreb: Fakultet političkih znanosti.
- Miller, W. E., Shanks, M. J. (1996.), *The New American Voter*, Cambridge: Harvard University Press.
- Mughan, A. (2000.), *Media and the Presidentialization of Parliamentary Elections*, Basingstoke: Palgrave.
- Pierce, R. (1995.), *Choosing the Chief. Presidential Elections in France and the United States*, Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Rose, R., Munro, N. (2002.), *Elections without Order. Russia's Challenge to Vladimir Putin*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rosenberg, Sh. W., Bohan, L., McCaferty, P., Harris, K. (1986.), *The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference*, *American Political Science Review*, (30): 108-127.
- Street, J. (2003.), *Masovni mediji, politika i demokracija*. Zagreb: Fakultet političkih znanosti.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 13 (2004),
BR. 3 (71),
STR. 363-381

KASAPOVIĆ, M.:
PERSONALIZACIJA...

Wattenberg, M. P. (1991.), *The Rise of Candidate-Centered Politics: Presidential Elections of the 1980s*, Cambridge: Harvard University Press.

Wright, G. C., Berkman, M. B. (1986.), Candidate and Policy in United States Senate Elections, *American Political Science Review*, (80): 567-568.

Personalization of Elections: Myth or Reality?

Mirjana KASAPOVIĆ
Faculty of Political Sciences, Zagreb

For two decades, the personalization of elections has been a major subject of electoral studies as well as of political and communication science in general. The personalistic approach to elections is based on two fundamental assumptions. According to the first, the end of the 20th and the beginning of the 21st centuries have witnessed an upsurge of candidate voting which has been supplanting party identification and issue orientation as the traditionally most important determinants in voters' decisions on who to vote for in an election. According to the second, candidate preferences are increasingly based on the media-mediated candidate's image, mostly built around some non-political individual features. Comparative analyses of elections have, however, contradicted these assumptions and proved that candidate voting is a contingent political phenomenon that cannot be attributed to a single trend, and that candidate preferences primarily depend on a politician's competence and leadership. The findings of the electoral research in Croatia in the period between 1990 and 2003 also show that candidate voting influences voters' decisions less than their loyalty to political parties and issue orientation in the principally good institutional (semipresidential government, majority and mixed-member electoral system) and transitional conditions (weak political parties and unstructured party system).

Personalisierung der Wahlen: Mythos oder Wirklichkeit?

Mirjana KASAPOVIĆ
Fakultät der Politikwissenschaften, Zagreb

Die Personalisierung der Wahlen ist im Laufe der letzten zwei Jahrzehnte eines der Hauptthemen in Wahlstudien, aber auch in der Politik- und Kommunikationswissenschaft überhaupt. Der personalistische Ansatz in Untersuchungen zu Wahlvorgang und Wahlverhalten geht von zwei Grundthesen aus. 1) Das Ende des 20. und der Beginn des 21. Jahr-

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 13 (2004),
BR. 3 (71),
STR. 363-381

KASAPOVIĆ, M.:
PERSONALIZACIJA...

hunderts zeigen eine wachsende Prägung durch die Praxis des *Candidate-Voting*, infolgedessen die Parteiidentifikation und die Problemorientierung als die traditionell wichtigsten Motive bei der Stimmabgabe immer mehr in den Hintergrund rücken. 2) Die Wählerpräferenzen zugunsten eines der Wahlkampfkandidaten gründen sich zunehmend auf deren durch die Medien vermitteltem Image, das hauptsächlich auf unpolitischen Persönlichkeitsmerkmalen aufgebaut wird. Komparative empirische Wahlanalysen jedoch haben diese Thesen in vielerlei Hinsicht widerlegt. Es konnte bewiesen werden, dass *Candidate-Voting* ein kontingentes politisches Phänomen ist, das nicht auf einen einheitlichen Trend reduziert werden kann, und dass sich die Wählerpräferenzen vornehmlich an der Kompetenz und den Führungseigenschaften der Politiker orientieren. Ergebnisse empirischer Untersuchungen über die politischen Wahlen in Kroatien im Zeitraum von 1990 bis 2003 zeigen ebenfalls, dass das Wählerverhalten in Kroatien weniger durch *Candidate-Voting* beeinflusst wird als durch das Interesse für eine konkrete Partei und ihre Problemorientierung. Dabei wäre es durchaus denkbar, dass die aktuellen politisch-institutionellen Verhältnisse (semi-präsidentielles System, Mehrheits- und kombiniertes Wahlsystem) sowie die durch die Transition bedingte Lage (geschwächte politische Parteien und nicht strukturiertes Parteiensystem) die Praxis des *Candidate-Voting* hätten begünstigen können.