

## POLITIČKO TRŽIŠTE, POLITIČKI MARKETING POLITIČKA KAMPANJA I IZBORI U BiH

*Filozof volje za moć je rekao... "politika je drama"...*

**Političko tržište** se sastoji od političkih aktera – kao elemenata na strani prodaje, a biračkog tijela – kao elemenata na strani tražnje, dok politički marketing se definiše kao primjena marketinških principa i procedura u političkim kampanjama, sa ciljem ostvarenja što većeg broj glasova. Politička kampanja je veoma bitna. Kampanja dolazi od francuske riječi *campagne* što znači bitka ili vojni pohod, italijanske riječi *campagna* što znači niz ratnih operacija u okviru nekog strateškog cilja. Dakle, predizbornu bi kampanju mogli nazvati bitkom za glasače/ glasove, koje kandidati nastoje uvjeriti i pridobiti na razne načine. Izborne kampanje imaju temeljnu zadaću „informisati birače o opcijama koje su im na raspolaganju te potaknuti izbornu participaciju građana, veće učešće. Biračko tijelo nije homogena grupa građana koja ima iste osobine, potrebe, interese, kulturu i tradiciju. Marketinški pristup polazi od postavke po kojoj se svakoj grupi birača treba obratiti na primjeren način, povezujući svoje poruke i obećanja s očekivanjima pojedinog segmenta biračkog tijela. **Izborni proces** je institucionalni model unutar kojega birači izražavaju svoje političke preferencije u obliku glasova, i unutar kojega se glasovi birača pretvaraju u mandate. Pod izbornom participacijom koja je veoma bitna podrazumijeva se izbor pojedinca da izađe ili ne izađe na izbore, dok se izborna orijentacija odnosi na odluku birača da glasa za određenu političku partiju. **Politička apstinencija** je veliki problem u BiH. Nesudjelovanje građana sa biračkim pravom u glasanju (tj. neizlazak na glasanje), se naziva politička apstinencija, a takvi pojedinci apstinentima ili nebiračima. **Kult ličnosti** u politici je veliki problem. Kult ličnosti javno je nekritičko isticanje i obožavanje jedne osobe kao nepogrešivog političkog vođe društvenog napretka. Pitanje nacije i nacionalnog identiteta zauzima značajno mjesto u mnogim raspravama, od nastanka čovječanstva. Iako se očekivalo da se, kroz evoluciju čovječanstva, razvije multietničnost, to se nije dogodilo. Multietničnost kao ideal XXI vijeka, nije zaživio u realnosti. Nacija, nacionalizam ili nacionalni identitet, bez obzira kako su definisani i šta se konkretno pod njima podrazumijeva nisu prevaziđeni fenomeni. **Politička korupcija** je ozbiljan problem u BiH. Politička korupcija je potkategorija [korupcije](#) koja obilježava ilegalno ostvarivanje koristi (nematerijalne ili materijalne) od strane [vladinih](#) dužnosnika, odnosno [političara](#). Ilegalne radnje dužnosnika smatraju se političkom korupcijom samo onda kada su te radnje direktno vezane za dužnost koju obavljaju. Politička korupcija ostvaruje se putem [podmićivanja](#), iznude, [kronizma](#), [nepotizma](#), parohijalizma, patronata, trgovanja utjecajem, ucjene, pronevjere i sl.

Iskustva izbora u BiH su specifična, pa ćemo ukazati na neke statističke podatke.

Tabela 1: Prikaz procentualnog izlaska na izbore i učešća pojedinih stranaka u izbornom rezultatu na opštim izborima – nivo BiH

	% izlaska	SNSD	SDS	PDP	SDA	SDP	DF	SBB	HDZ
2006.	55,3	46,93	19,44	5,08	25,54	15,4			7,99
2010.	56,5	43,30	22,19	6,45	19,40	26,07		12,16	10,99
2014.	54,5	38,48	32,67	7,77	27,87	9,45	15,33	14,44	4,08
2018	54,0	39,10	24,34	12,56	25,48	14,23	9,72	6,83	14,71

Tabela 2: Prikaz procentualnog izlaska na izbore i učešća pojedinih stranaka u izbornom rezultatu na opštim izborima – nivo Republike Srpske

	% izlaska	SNSD	SDS	PDP	DNS	SP
2006.	57,1	43,31	18,27	6,86	4,04	3,55
2010.	56,19	38,0	18,97	7,55	6,09	4,23
2014.	56,88	32,28	26,26	7,38	9,22	5,09
2018	57,7	31,87	18,04	10,22	14,44	8,19

Tabela 3: Prikaz procentualnog izlaska na izbore i učešća pojedinih stranaka u izbornom rezultatu na opštim izborima- nivo FBiH

	% izlaska	SDA	SDP	SBB	DF	HDZ
2006.	54,2	25,45	15,17			7,56
2010.	56,72	20,22	24,53	11,89		10,64
2014.	53,0	27,79	10,14	14,71	12,9	11,93

2018	51,8	25,25	14,53	7,05	9,36	14,35
------	------	-------	-------	------	------	-------

Prethodno prikazano istraživanje je pokazalo da je smanjena izlaznost na izbore u BiH, te da se nameće pitanje legitimiteta vlasti na svim nivoima, s obzirom da u konačnici predstavljaju oko 20-25% biračkog tijela. **Potrebna je reforma izbornog sistema** i povećanje motivacije glasača u procesu izbora, jer na taj način dolazi i do kreiranja cjelokupnog društvenog ambijenta, koji ne treba da bude kreiran kroz izjašnjavanje tek polovine biračkog tijela. Iz tabela ispod se grubom aproksimativnom računicom dolazi do zaključka da se vlast formira sa 20%-25% glasova od ukupnog biračkog tijela, što rezultira pitanjem legitimiteta vlasti. Ukoliko je „kriza legitimnosti demokratije kao razočaranost i nepovjerenje građana u funkcionisanje demokratskih institucija najснаžnije izražena kroz izbornu apstinenciju, nameće se pitanje u kojoj mjeri je politički sistem BiH legitiman, uzimajući u obzir činjenicu da u izborom procesu učestvuje nešto manje od polovine građana Bosne i Hercegovine sa pravom glasa. **Potreba za legitimitetom uslov je svake vladavine, a postojanje legitimiteta znak „dobre“ vladavine.**

Promjena ovakvog stava velikog broja glasača je moguća kroz više modela, od kojih je najbrži, a sa velikom efikasnošću, uvođenje obaveznog glasanja i/ili uvođenje skenera na biračkim mjestima. U prvoj varijanti bi bila spriječena izborna korupcija, sa jedne strane, a dobio bi se puni legitimitet vlasti, sa druge strane. Zemlje u kojima je glasanje obavezno (uglavnom od 18. ili 21. godine života) su: Meksiko, Honduras, Kostarika, Ekvador, Peru, Bolivija, Paragvaj, Urugvaj, Argentina, Brazil, Panama, Dominikanska Republika, Belgija, Luksemburg, Grčka, Kipar, Libanon, Egipat, Kongo, Tajland, Singapur, Australija i Nauru (Izvor: CIA.gov The World Factbook). U Meksiku ne postoje službene sankcije za nedolazak na birališta, ali one koji ignoriraju izbore čeka svojevrsna društvena stigma. Australci koji se ne pojave na biralištima mogu se suočiti s kaznom od 20 do 55 dolara. To je rezultiralo time da u Australiji izlaznost na izbore iznosi oko 91 posto. Stanovnik Grčke koji odbija glasati može imati problema s dobijanjem vozačke dozvole ili pasoša. U Boliviji glasači moraju dobiti pečat u glasačku iskaznicu. Onaj ko ga nema, može biti suočen sa izostankom plate do 3 mjeseca. Ukoliko u Belgiji ne izađete na izbore, suočit ćete se sa novčanom kaznom, ali ono što je još teže jeste podatak da, ukoliko u roku od 15 godina, ne sudjelujete u bar četiri izborna procesa, možete izgubiti pravo na glasanje u trajanju od 10 godina. Također, oni koji ne glasaju, teško mogu dobiti posao u javnom sektoru. Stoga ne iznenađuje podatak da je izlaznost u ovoj zemlji oko 90 posto. U nekoliko poslednjih decenija je, na prostoru Balkana veoma izražena nacionalna netrpeljivost i ekstremističko veličanje nacionalnog identiteta. Postavlja se pitanje da li je to zaista suštinski tako, ili je to rezultat političkih procesa, odnosno političke manipulacije kroz psihologiju mase? Pojedini autori smatraju da je to više politički proces. Kako ljudi gledaju i

vrijednuju porijeklo, istoriju, jezik i religiju, to je rezultat odluka političke elite, koja zadaje određeni način gledanja i pojačava ga odnosno skreće pomoću političkih koraka u skladu sa političkim ciljevima kojima je težila. Sa druge strane se javlja pitanje da li bi se mogla izvršiti takva politička manipulacija narodnim masama, ako nema pogodnog tla? ( narodnim rječnikom rečeno "teško žabu u vodu). Glorifikacija sopstvene nacije gotovo je uvijek bila i jeste podastrta "ugroženošću" i "opasnošću" od strane drugih, strahom od "unutrašnjih i spoljnih neprijatelja nacije", "istorijskim nepravdama" od strane drugih nad vlastitom nacijom, dok su podvizi "svoje nacije pravdani epitetima "civilizatorskih misija", "istorijskih prava", "izabrane nacije" i sl. **Političko tržište u BiH** se odlikuje liderskim strankama, na šta ukazuje i formalno vezivanje stranaka za pojedinca (kult ličnosti) i kao takvo je nedovoljno razvijeno, u komparaciji sa političkim tržištima razvijenih demokratskih sistema. Potrebno je uticati na izmjenu svijesti glasača, koji bi trebali, u perspektivi, da traže kvalitetne izborne programe, koji će donijeti bolje ekonomsko-socijalne prilike, kroz povećanje životnog standarda, veću stopu zaposlenosti i smanjenje odlaska mladih iz zemlje. Nacionalna retorika bilježi značajan segment na strani ponude političkih subjekata, što omogućava političkim strankama da sa vrlo malo kvalitetnih programa osvajaju značajno učešće u izbornom rezultatu. Kada su u pitanju političke kampanje i politički marketing u BiH, nažalost, političko tržište se odlikuje negativnim političkim kampanjama, što treba svjesnim akcijama mijenjati... **Politička arena je sve neizvjesnija...**