

# Pristupi objašnjenju opredjeljenja birača (I)

Participacija

# Aspekti izbornog ponašanja

- Politička participacija – učešće ili neučešće?
- Izborna opredjeljenje – za koga?

# Politička participacija

- “Pod političkom participacijom se podrazumijevaju sve legalne aktivnosti privatnih građana koje su više ili manje neposredno usmjerene na uticaj na izbor akcija koje preuzima vlast” Nie & Verba, 1975
  - Svrha zadovoljstva građana
  - Svrha utvrđivanje odgovornosti

# Politička participacija (Nie & Verba, 1975)

| Oblik aktivnosti                               | Tip uticaja                                  | Područje rezultata | Postojanje konflikta  | Potrebna inicijativa |
|------------------------------------------------|----------------------------------------------|--------------------|-----------------------|----------------------|
| Aktivnost u kampanji                           | Veliki pritisak, Mala – velika informisanost | kolektivna         | Konfliktno            | Donekle              |
| Kooperativna aktivnost                         | Mali - veliki pritisak, velika informisanost | Kolektivna         | Može, ali obično nije | Mala – velika        |
| Glasanje                                       | Veliki pritisak, mala informisanost          | Kolektivna         | Konfliktno            | Mala                 |
| Komunikacija sa vlašću o društvenim problemima | Mali pritisak, velika informisanost          | Kolektivna         | Obično nekonfliktno   | Velika               |
| Komunikacija sa vlašću o privatnim problemima  | Mali pritisak, velika informisanost          | Lična              | Nekonfliktno          | Velika               |

# Politička participacija

- Konvencionalna participacija: glasanje
- Nekonvencionalna participacija:
  - potpisati peticiju
  - pridružiti se bojkotima
  - učestvovati na zakonski odobrenim demonstracijama
  - pridružiti se neslužbenim štrajkovima
  - zauzeti zgrade ili fabrike

# Razlozi za izbornu apstinenciju?

- Demografske varijable
- Psihološke varijable

# MNES, 2016

## Pol?

| Da li ste glasali/Pol | Muški        | Ženski       |
|-----------------------|--------------|--------------|
| Glasao sam            | 502<br>50.1% | 499<br>49.9% |
| Nisam glasao          | 85<br>47%    | 96<br>53%    |

# MNES, 2016

## Obrazovanje?

| Da li ste glasali/Obrazovanje | Osnovno ili manje | Srednje | Fakultetsko ili više |
|-------------------------------|-------------------|---------|----------------------|
| Glasao sam                    | 23.3%             | 49.2%   | 27.5%                |
| Nisam glasao                  | 21.3%             | 46,5%   | 32.2%                |



# MNES, 2016

## Veličina naselja?

| Da li ste glasali/veličina naselja | Ruralno/seosko | Mali grad | Predgradje | Veci grad |
|------------------------------------|----------------|-----------|------------|-----------|
| Glasao sam                         | 38%            | 25.5%     | 15.8%      | 20.7%     |
| Nisam glasao                       | 29.3%          | 27.1%     | 21.5%      | 22.1%     |

# MNES, 2016 Godine?

| Da li ste<br>glasali/Godine | 18-34 | 35-54 | 55+   |
|-----------------------------|-------|-------|-------|
| Glasao sam                  | 28.8% | 38.7% | 32.5% |
| Nisam glasao                | 43.8% | 23%   | 33.1% |

# Izborna participacija zavisi od:

- Izbornog zakonodavstva
- Osobina društvene situacije
- Motivacije birača
- Političke mobilizacije

# Izorno zakonodavstvo

- Zakonska regulacija izlaska na izbore
- Prohibitivna klauzula
- Tip izbornog sistema:
  - Proporcionalni
    - Idejno-programske razlike, konfliktno društvo
    - Program stranke
    - Jača centralizaciju
    - “partijski” ljudi
    - Manje interesne grupe...
  - Većinski
    - Vrijednosno homogenije društvo
    - Jača decentralizaciju
    - Akcenat na kandidatu

# Osobine društvene situacije

- Važnost izbora
- Emocionalna uključenost birača
- Neizvjesnost ishoda izbora
- Razlozi ravnodušnosti (Braud, 2004):
  - Ravnodušnost zbog udaljavanja
  - Ravnodušnost zbog nedovoljnog razumijevanja
    - “politiku treba prepustiti onima koji bolje znaju”
    - Razočaranost “kompromisima političara
    - Zaštita samopoštovanja
  - Ravnodušnost zbog odustajanja

# Motivacija birača (I)

- Vroomova teorija očekivanja (1964):  
“Motivacijska sila izborne situacije biti će proporcionalna percipiranoj mogućnosti da će izbor jedne, a ne neke druge alternative dovesti do željenih rezultata.”
  - Ako se bira neko ko neće imati uticaj na one koji biraju
  - Što veći broj birača, manja motivacija
  - Nivo izbora: što veći, veća motivacija

# Motivacija birača (II)

- Interestno glasanje Vs. konformističko glasanje
- Četiri pravila za participaciju grupa:
  - Interesi povezani sa nadležnošću vlasti koja se bira
  - Ako ima više mogućnosti da se obavijesti
  - Ako je izložena socijalnom pritisku
  - Ako ne postoji unutrašnji konflikt kako glasati

# Motivacija birača (III)

- Rose (1989):
  - 10% stanovništva je vrlo politički aktivno
  - 20% stanovništva je umjereno aktivno, uglavnom u vrijeme izbora
  - 50% stanovništva kao jedinu aktivnost ima izlazak na izbore
  - 20% je potpuno apolitično, čak i ne glasa



# Motivacija birača (IV)

- Rose (1989):
  - 20% populacije formira svoje stavove pod uticajem porodice
  - 10% socijalna okolina – porodica + druge socijalne grupe
  - 1/3 politički osviješćena
  - 10% vrlo pažljivo prati i vrednuje politička dešavanja
  - 10% stranački aktivisti

# Motivacija birača (V)

- Milibratov (1965) hijerarhijski prikaz uključivanja u politiku:

## **Gladijatori**

## **Javna funkcija**

**Kandidatura za funkciju**

**Sakupljanje sredstava**

**Posjećivanje skupova**

**Aktivno članstvo i doprinos  
kampanji**

## **Prelazne aktivnosti**

**Posjećivanje sastanaka**

**Davanje finansijskih priloga**

**Kontaktiranje vođa**

## **Promatrači**

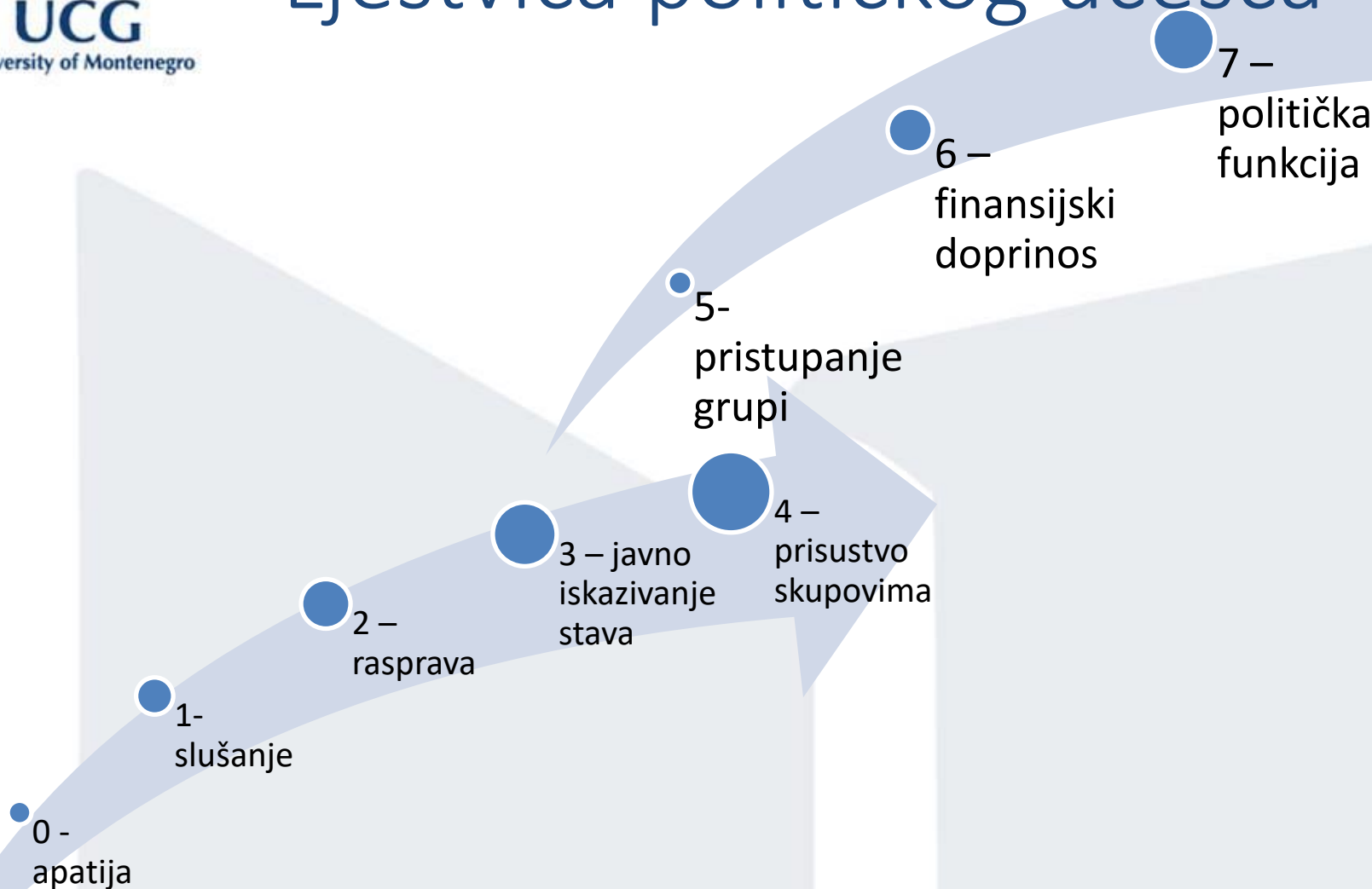
**Bedževi, agitovanje**

**Uvjeravanje drugih da glasaju,  
glasanje, rasprava o politici**

## **Apatični**

**Potpuno odsustvo iz politike**

# Ljestvica političkog učešća



# Politička mobilizacija

- Uticaj na izlazak, ne na opredjeljenje
- Povratna sprega – koliko su partije sposobne da mobilišu birače
  - Konverzija Vs. mobilizacija
- Uloga medija da:
  - Prikažu političku paletu
  - Informišu o društvenim problemima
  - Izazovu emocionalne i vrijednosne reakcije
  - Prikažu snagu pojedinačnih kandidata