

PREDOZBORNI FINIŠ

Ostalo je manje od nedelju dana do izbora koji se održavaju u Srbiji 6. maja. Kako to obično biva, kampanja je sve intenzivnija, a stranke pripremaju završne adute za finiš izborne trke.

Vladajuća Demokratska stranka (DS) koja na izbore izlazi u koaliciji "Izbor za bolji život – Boris Tadić" i dalje se biračima obraća skoro isključivo kroz aktivnosti i promocije predsedničkog kandidata te koalicije Borisa Tadića. To je za demokrate i dobro i loše.

Dobro, jer je Tadić popularniji od svoje stranke, a njegov tim je uveren da može da odnese pobedu u direktnom duelu sa svojim protivkandidatom liderom opozicije Tomislavom Nikolićem. Loše, jer DS ne koristi svoju najveću prednost nad drugim strankama – tim ljudi koji već godinama obavljaju odgovorne državne funkcije. Činjenicu da Tadić pominje svoj tim u jednom od predizbornih spotova nije dovoljna da DS iskoristi tu svoju prednost. Dodatni problem demokratama predstavlja činjenica da predsednik Tadić vodi jednu izbornu kampanju za predsedničke i parlamentarne izbore, dok njegov zamenik Dragan Đilas vodi savim drugu kampanju u trci za beogradsku skupštinu, a stranka u Vojvodini (autonomna pokrajina na severu Srbije koja je uz Beograd najrazvijeniji deo zemlje) vodi neku treću kampanju.

Svaka kampanja ima svoje poruke, svoj vizeulni identitet, vodi se na drugačiji način i zaista ponekad ne izgleda da je u pitanju jedna stranka. Stiče se utisak da se pojedini delovi stranke "stide" predsednika svoje stranke i politike koja je vođena proteklih godina, te da misle da sami mogu da ostvare bolji izborni rezultat. To je možda u ovom trenutku tačno, ali je vrlo opasno po budućnost stranke kao jedinstvene političke organizacije.

Vladajuće demokrate su delimično korigovale svoju centralnu kampanju i poruke koje šalju biračima. Oni su na početku izborne trke obećavali – posao, investicije, sigurnost. Sada se više ne forsiraju poruke kojima se nude posao i investicije, već se najviše potencira sigurnost. Svakome ko prati istraživanja jasno je zašto je Tadić insistirao na poslu i investicijama, jer građani problem nezaposlenosti navode kao najvažniji. Zato lider demokrata nije na početku kampanje izlazio iz fabričkih hala slikajući se među stranim investitorima i radnicima. Očigledno je da efekti ove kampanje nisu za demokrate zadovoljavajući pa je poslednje nedelje jedina Tadićeve poruka – sigurnost. Ova poruka veoma dobro korespondira sa negativnom kampanjom koju DS istovremeno vodi protiv Tadićevog protivkandidata Nikolića u kojoj podsećaju građane na njegove protivrečne izjave, na sumnje oko obrazovanja, kao i na kontrovezne koalicione partnere. Jednostavno, dok s jedne strane demokrate potenciraju da njihov kandidat nudi sigurnost i izvesnost, građani pokušavaju da ubede da je njegov protivkandidat – upravo suprotno, da je nepouzdan i da građani sa njim na čelu nemaju izvesnu budućnost.

Ruku na srce, Tadićev tim radi jedino što može u ovoj kampanji. Suočeni sa činjenicama da je vlada demokrata nepopularna, da su mnogi stranački funkcioneri u strahu za sopstveni rejting i ne žele da budu identifikovani sa tim rezultatima, pojedini delovi stranke vode zasebne kampanje u kojima bi da se ne pominje stranka i zaigrali su na jedino moguću kartu-sigurnost. Njihov adut je Boris Tadić i pokušaj da izbore pretvore u glasanje za bolji život, a ne referendum o dosadašnjim rezultatima vlade. A za to im nije potrebna samo promocija sopstvenog kandidata već i diskreditacija protivničkog.

Tu dolazimo do za sada najjačeg oružja demokrata u ovoj kampanji – negativne kampanji protiv Nikolića. Izbori koji se upravo održavaju u Srbiji su prvi na kojima stranke moraju da potpišu negativnu kampanju koju vode protiv svojih protivnika. Do sada su se takve kampanje vodile preko udruženja građana ili nisu bile potpisane. Kada se ne zna ko je odgovoran za negativnu kampanju tada u njoj nema mere. Upravo zato većina građana Srbije loše reaguje na negativnu kampanju nazivajući je “prljavom”. Međutim, zakonska obaveza stranaka da potpišu negativnu kampanju dovela je do toga da se sada i ta vrsta kampanje zasniva na činjenicama, kao i da postoji mogućnost zabrane spota koji bi izlazio iz zakonskog okvira. Negativna kampanja je uobičajena u demokratskim sistemima, a u SAD recimo čini veći deo izborne kampanje. Zaista, svaki kandidat ima pravo da podseti na nelogične ili protivrečne izjave svog protivkandidata ili na neke činjenice iz njegovog dosadašnjeg rada, pod uslovom da navodi tačne podatke. Upravo to razlikuje negativnu od prljave kampanje, koja je devijacija demokratskog sistema, s obzirom da se u njoj iznose neistine. Da je negativna kampanja uobičajena na izborima u drugim zemljama pokazuje recimo slučaj kandidata opozicione Republikanske stranke za predsednika SAD Mita Romnija, kome su vladajuće demokrate već objavile snimak na kome pre nekoliko godina govori o tome kako je “otpuštanje zaposlenih normalno u kapitalizmu”, kao i da “on lično voli da otpušta”. Za kandidata za predsednika SAD kome će glavni adut u kampanji biti smanjenje nezaposlenost ova izjava je vrlo neprijatna bez obzira u kom je kontekstu i kada data. Dakle, negativna kampanja demokrata protiv opozicionog kandidata Tomislava Nikolića je dala rezultate i delimično motivisala uspavane birače DS da izađu na izbore. Problem sa ovom kampanjom je što se ne sme preterati jer birači u Srbiji generalno ne vole takvu vrstu kampanje, odnosno postoji opasnost da se od protivnika napravi žrtva. Možda je to i razlog zbog koga su se opozicioni naprednjaci opredelili za mnogo blažu negativnu kampanju napadajući DS da je “potrošila” već “četiri miliona evra na prljavu kampanju” protiv njih.

Inače, primetno je da se predsednik Tadić poslednje nedelje opredelio da obilazi samo deo Srbije južno od Beograda ne pojavljujući se skoro u Vojvodini i Beogradu. Da li je razlog tome rejting DS u delu Srbije južno od Beograda ili je Tadić prepustio da njegovi potpredsednici Dragan Đilas (gradobačelnik Beograda) i Bojan Pajtić (predsednik pokrajinske vlade u Vojvodini) samostalno vode kampanje u delovima Srbije u kojima su na čelu pokazaće vreme?

Najjača opoziciona, Srpska napredna stranka (SNS), iznenadila je prošle nedelje podrškom koju je dobila od bivšeg gradonačelnika Njujorka i jednog od najuticajnijih američkih političara Rudolfa Đulijanija.

Dolazak Đulijanija u Beograd je svakako bilo iznenađenje, jer strani političari nisu često bili učesnici političkih kampanja u Srbiji. Ipak, činjenica da je Đulijanija dovela upravo opoziciona SNS koja je nastala iz ultranacionalističke Srpske radikalne stranke (SRS) posebno je zanimljiva, jer tu stranku njeni politički protivnici i danas znaju da optuže da "Srbiju vodi u izolaciju" i pored toga što su njeni lideri Nikolić i Vučić rado viđeni gosti u Briselu i Vašingtonu. Đulijani je došao u Beograd da podrži kandidata za gradonačelnika SNS-a Aleksandra Vučića.

Njegov dolazak je izazvao veliku medijsku pažnju, a sam Đulijani je gostovao u mnogim medijima računajući i najgledaniji politički talk show u zemlji.

Velikom publicitetu Rudolfa Đulijanija doprinele su i same demokrate veoma trapavom reakcijom u kojoj su ga prvo optužile da je "podržao bombardovanje Srbije" (NATO bombardovanje Srbije koje se desilo 1999. godine), a potom su minimizirale njegov rad na mestu gradonačelnika Njujorka porukama kako je "bolje živeti u Beogradu nego u Njujorku". Bio je to pogrešan način. Jednostavno, za neke stvari bilo da ste stranka ili pojedinac ili imate ili nemate kredibilitet da ih kažete. Demokrate imaju kredibilitet kada pričaju o evropskim integracijama ili ekonomiji, ali nemaju kredibilitet da bilo koga optužuju kada je u pitanju bombardovanje Srbije. To mogu da urade recimo ultranacionalisti poput radikala ili pokreta Dveri. Zato su optužbe iz DS-a na račun Đulijanija u vezi sa bombardovanjem Srbije bile pogrešna poruka i obraćanje onim biračima koji ne glasaju za tu stranku. Da li će Đulijani pomoći kandidatu naprednjaka Vučiću da postane gradonačelnik Beograda vrlo je neizvesno, s obzirom na veliku prednost koju ima sadašnji gradonačelnik i kandidat vladajuće koalicije Dragan Đilas. Ipak, podrška koju je Đulijani dao naprednjacima mnogo će više pomoći njihovoj stranci na parlamentarnim i predsedničkim izborima. Ona će im omogućiti da ublaže efekte kampanje po kome će zemlju odvesti u neizvesnost i sukobe sa međunarodnom zajednicom. Drugi deo priča koji se odnosio na Đulijanija, a to je koliko je koštao i ko ga je platio, kojima su se danima bavili srpski mediji je dao znatno bolji utisak diskreditacije njegove posete. Taj odgovor javnost ni do danas nije dobila, a ostalo je da treperi u vazduhu pitanje ko je tajanstveni "dobrotvor" koji je dogovorio sa konsultantskom firmom bivšeg gradonačelnika Njujorka predizbornu posetu Beogradu?! U svakom slučaju Đulijani je naprednjacima "završio posao", jer su dobili dodatnu medijsku promociju, pokazali su građanima da imaju veoma uticajne prijatelje u svetu i veoma mnogo im je to pomoglo da negativnu kampanju koja se vodi protiv njih relativizuju. Za demokrate bi bilo najbolje da prihvate tu činjenicu i da se okrenu promociji sopstvenog programa. Uostalom ako su na prošlim izborima vladajuću DS svojim prisustvom mogli da podrže bivši kancelar Nemačke Gerhard Šreder i premijeri Bugarske i Makedonije, Sergej Stanišev i Nikola Grujevski, zašto ne bi bivši gradonačelnik Njujorka Đulijani podržao naprednjake?

Na sedam dana pre izbora, odmah posle odlaska Đulijanija, naprednjaci su objavili svoj poslednji izborni adut – kandidata za premijera. Kandidat za premijera je Jorgovanka Tabaković, ekonomista koja se decenijama nalazi na političkoj sceni Srbije. Tabaković je dobar izbor za premijera ako se vodi računa o imidžu koji ima u narodu. Prvo, prema istraživanjima javnog mnjenja građani Srbije žele da vide na mestu premijera stručnjaka i ženu. Drugo, naprednjački kandidat za premijera izaziva opšte simpatije kada nastupa u javnosti, birače asocira na majku, nije konfliktna i veoma je vešta u javnim nastupima. Treće, ovog kandidata je teško napasti najviše zato što nikada nije bila radikalna u svojim izjavama tako da joj je teško naći izjave koje bi joj danas pravile problem čak i iz vremena kada je bila poslanica ultranacionalističke Srpske radikalne stranke.

DS je pre nekog vremena pokušala da je diskredituje objavljujući da je kao zaposlena u javnom preduzeću Telekom dobila stan. Ali ovaj napad se pretvorio u fijasko, jer je DS za to izabrala pogrešnog čoveka, bivšeg potpredsednika Vlade Božidara Đelića koji se u Srbiji povezuje sa brojnim aferama i privatizacijom koja nije popularna. Najveću korist od objavljivanja imena kandidata za premijera naprednjaci imaju zato što će DS teško odgovoriti na ovaj potez. Naime, DS ima samo jedan dobar odgovor – da kandiduje Tadićevog zamenika i kandidata za gradonačelnika Beograda Dragana Đilasa za premijera. To gotovo da nije moguće tako da će demokrate pokušati da ignorišu ovaj potez naprednjaka.

Ipak, naprednjaci nisu rešili osnovni problem svoje kampanje – nisu postali narodni pokret za promene. Upravo u tome je jedina šansa naprednjaka da pobede na izborima, jer pobedu im donosi referendumski atmosfera u kojoj bi se građani opredeljivali između sadašnjeg života i promena. Promene su inače magična reč za pobedu naprednjaka. Međutim, da bi ste ponudili promene morate da pokažete građanima da imate kredibilitet da ih sprovedete. Za to naprednjacima nedostaje širok narodni pokret u kome bi osim političkih stranaka bili sindikati, studenti, nezaposleni, radnici, poljoprivrednici... Naprednjaci nisu uspeli da oforme takav pokret i nekoliko manjih kontroverznih stranaka među kojima ima ekstremnih levičara, ali i desničara i sada plaćaju cenu toga.

U takvoj atmosferi dve najjače stranke ulaze u poslednju nedelju kampanje. Kako to obično biva, u njoj se može očekivati da osim pojačanih tenzija bude novih iznenađenja i pokušaja stranaka da u poslednjem trenutku dobiju glasove.