



# IZBORNA KAMPANJA 2018

BEOGRADSKI IZBORI

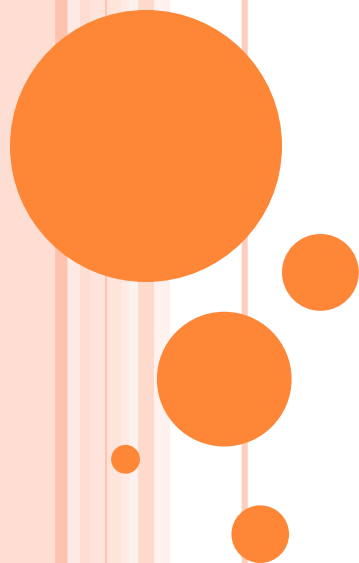
Prezentaciju pripremio:

**CeSID**

Februar 2018. godine



# GRAĐANI O KAMPANJI





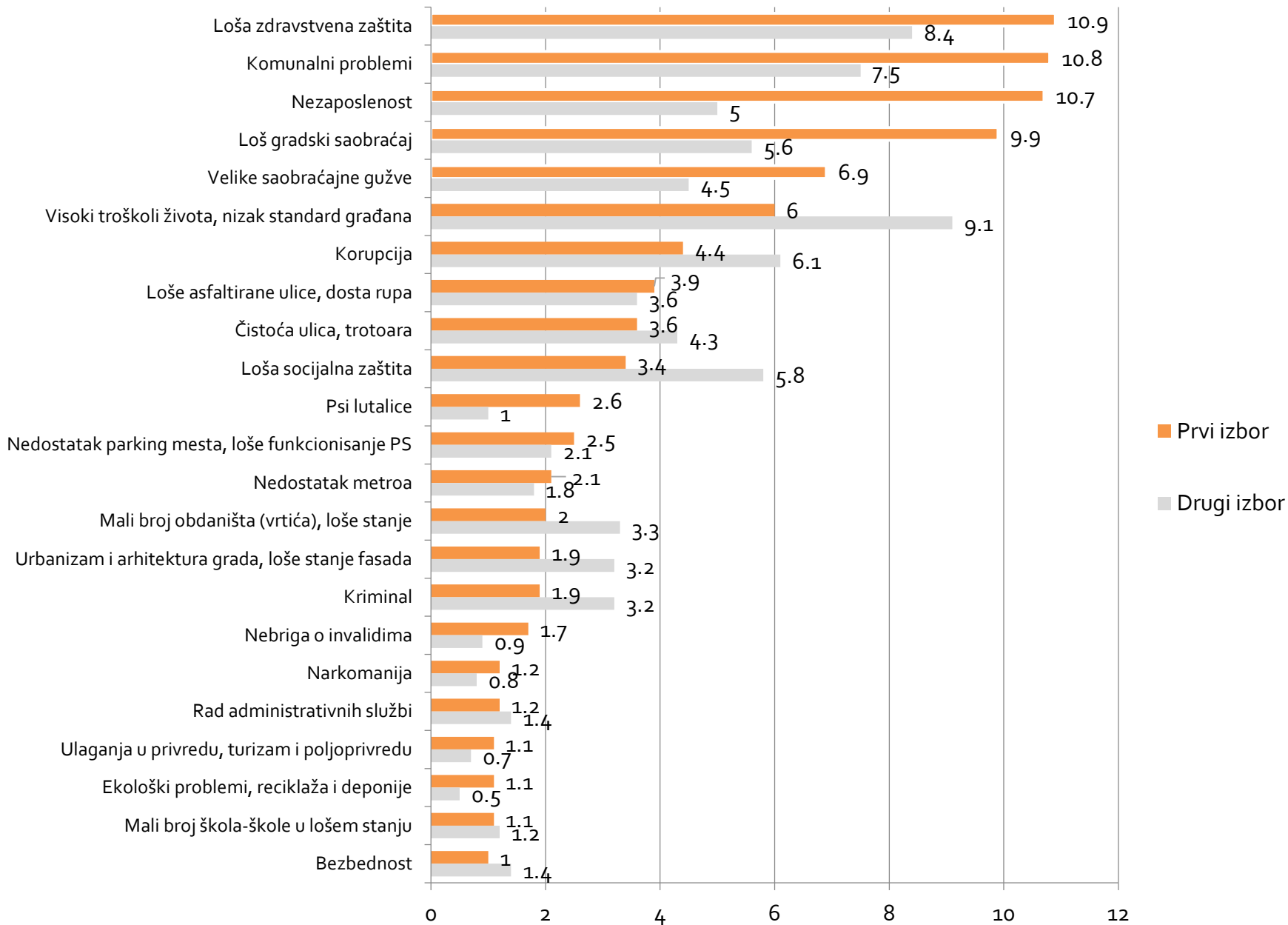
Istraživanje realizovao	CeSID
Istraživanje sprovedeno u periodu	12. – 22.02. 2018. godine
Tip i veličina uzorka	Slučajni, reprezentativni uzorak od 1.000 punoletnih građana Beograda
Okvir uzorka	Građani Beograda koji poseduju fiksnu liniju
Odabir domaćinstva	Slučajno uzorkovanje bez zamene
Odabir ispitanika u okviru domaćinstva	Izbor ispitanika metodom slučajnog odabira bez zamene
Istraživačka tehnika	CATI (telefonska anketa)
Istraživački instrument	Upitnik od 25 varijabli

# OPIS UZORKA

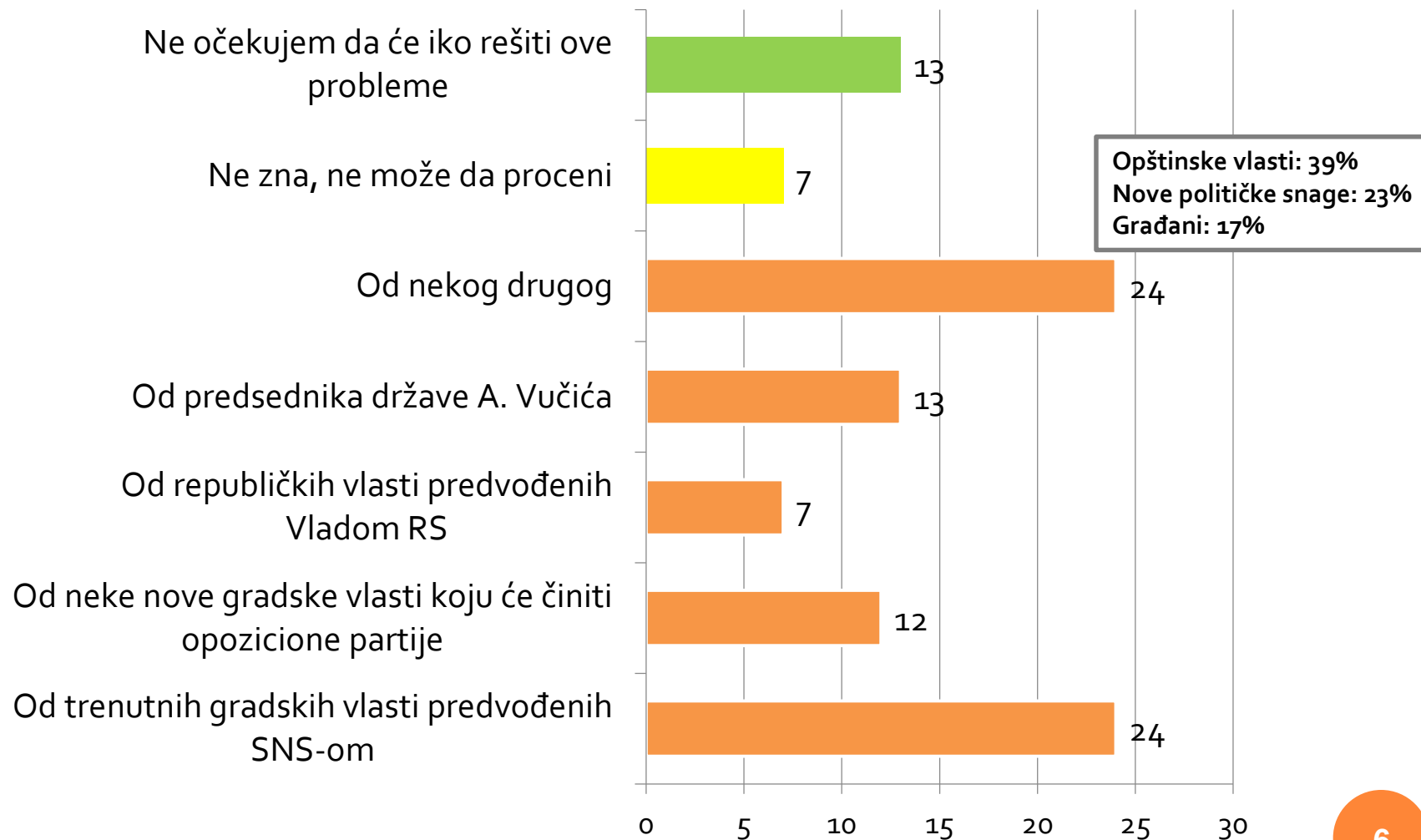


<b>Pol</b>	Muškarci	47
	Žene	53
<b>Prosek godina učesnika</b>	48 godina (min 18, max 95)	
<b>Obrazovanje</b>	Osnovna škola i manje	16
	Srednja škola	55
	Viša i visoka škola	29
<b>Mesto stanovanja</b>	Gradsko naselje	81
	Seosko naselje	19

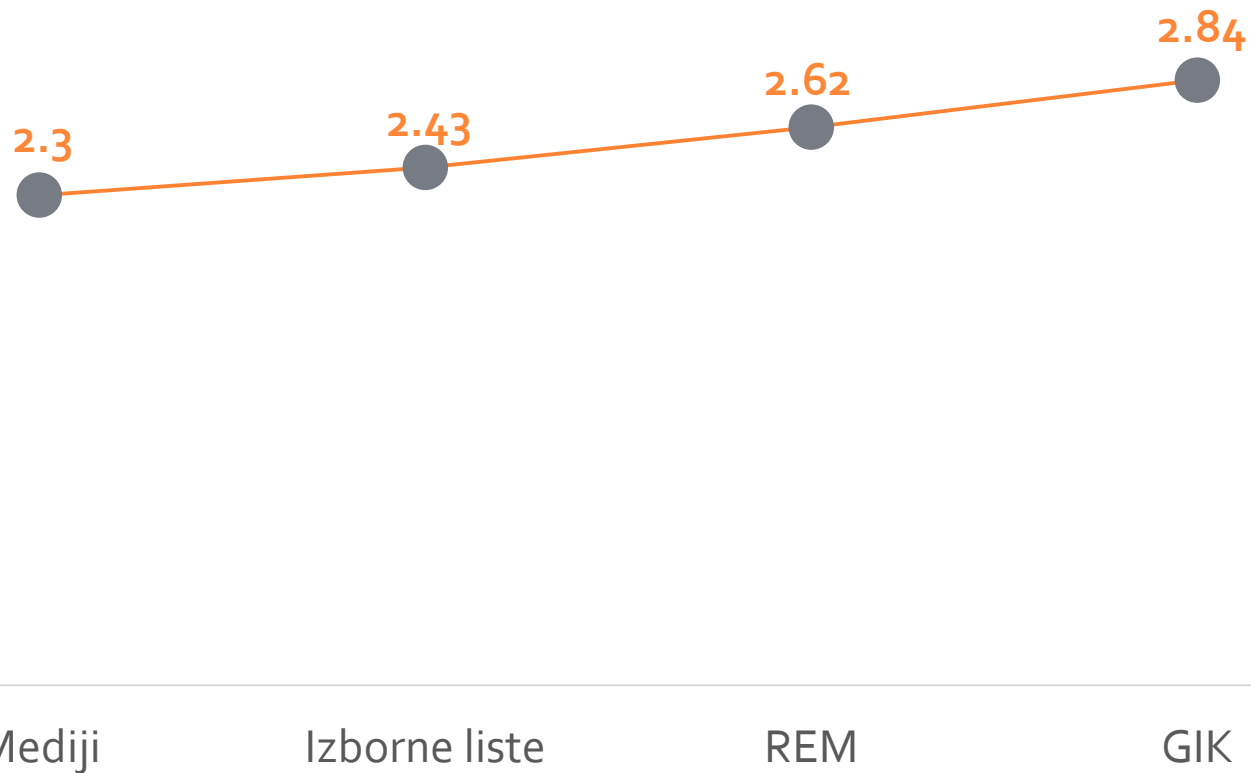
# PRIORITETI ZA GRADSKU VLAST (IZNAD 1%)?



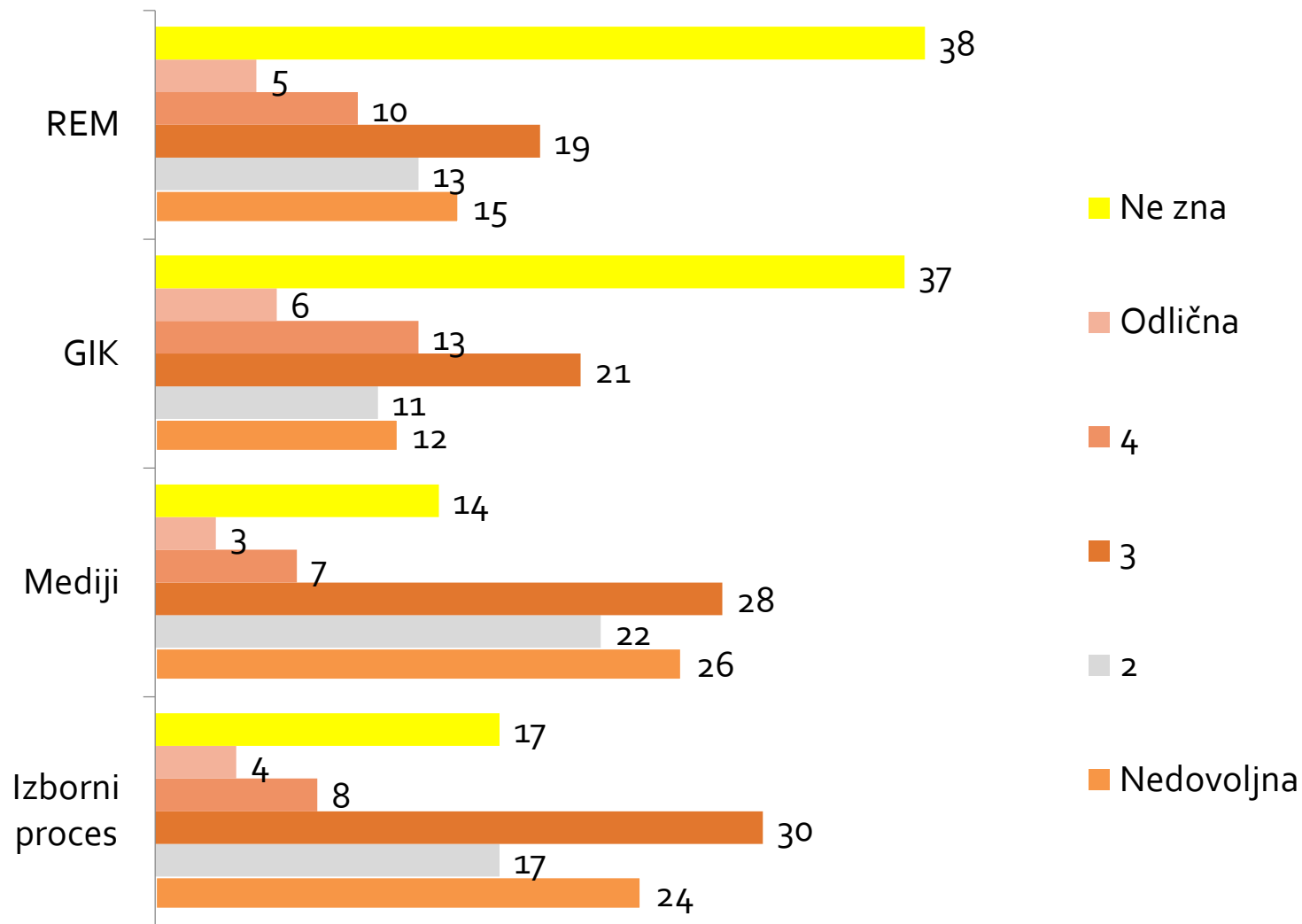
# KO MOŽE DA REŠI NAVEDENE PRIORITETE?



# ODNOS PREMA IZBORNOM PROCESU (PROSEČNA OCENA)

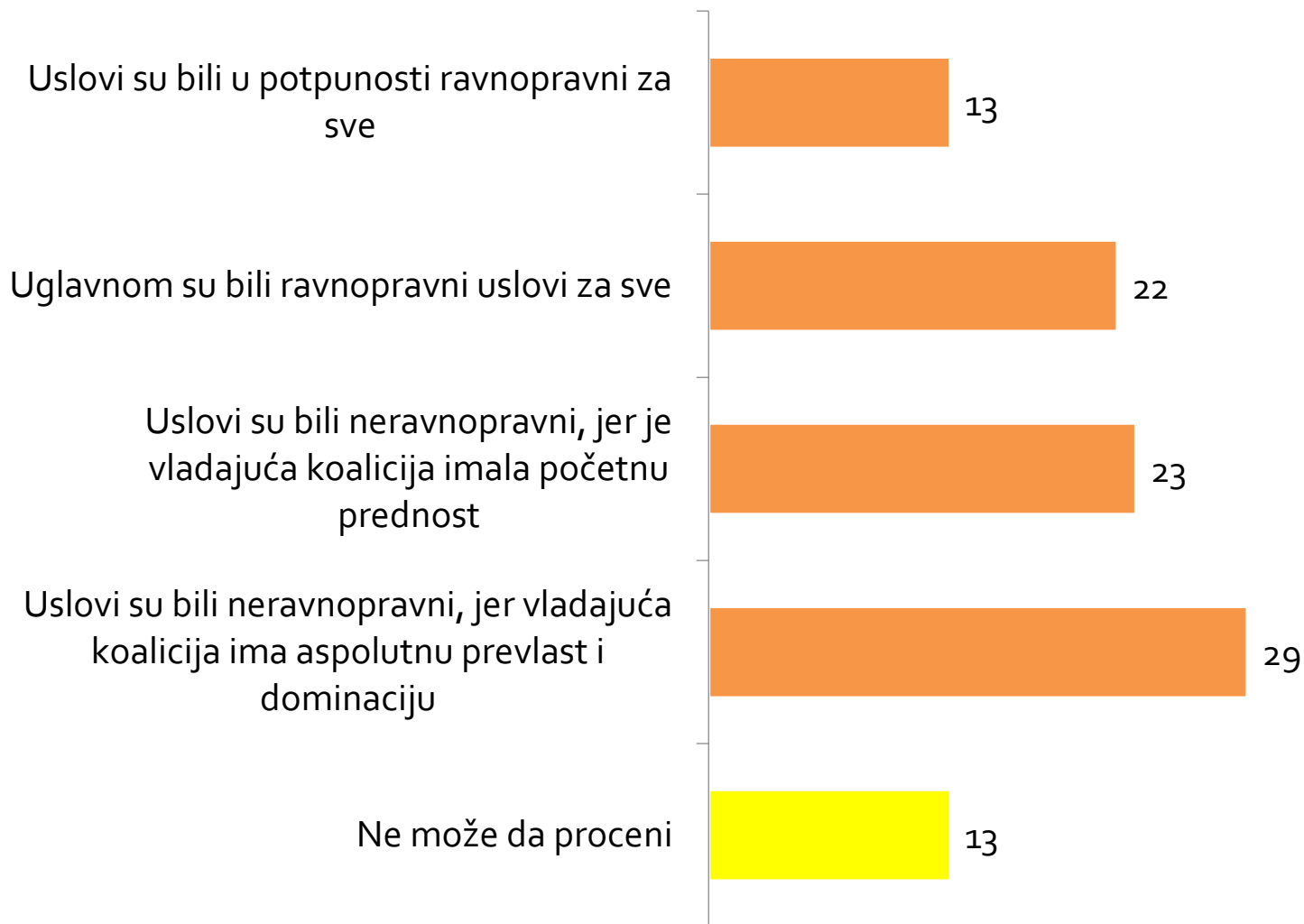


# ODNOS PREMA IZBORNOM PROCESU (U %)



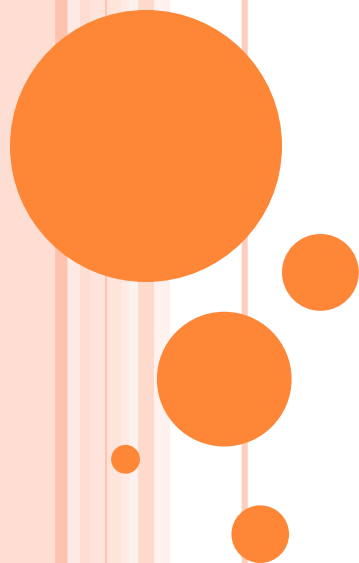


# RAVNOPRAVNOST USLOVA U IZBORNOJ KAMPANJI





# IZBORNI UČESNICI O KAMPANJI



# ŠTA OPOZICIJA MISLI O KAMPANJI?



- *Dubinski intervjui sa četiri opozicione organizacije*
- *Dve pozicione i dve opozicione organizacije nisu prihvatile učešće u ovom istraživanju*
- Dve karakteristike kampanje: 1) nedostatak medijskog prostora i 2) zloupotreba javnih resursa.
- Različite organizacije imaju različita viđenja oko toga šta su trebali da budu prioriteta ove kampanje.
- Ove četiri liste su odabrale da komuniciraju: 1) izborne programe, 2) prednosti njihovih lidera, 3) važnost direktne komunikacije s građanima i njihove participacije u procesu odlučivanja
- Zatvorenost medija im je najveći problem u motivaciji birača. Oni su u kampanji koristili: 1) promo materijale, 2) direktan kontakt, 3) internet i klasične medije u meri u kojoj su mogli.
- Tri od četiri učesnika su istakli da imaju problem u pristupu klasičnim medijima, dok su dva od četiri imali problema i sa organizacijom javnih događaja.

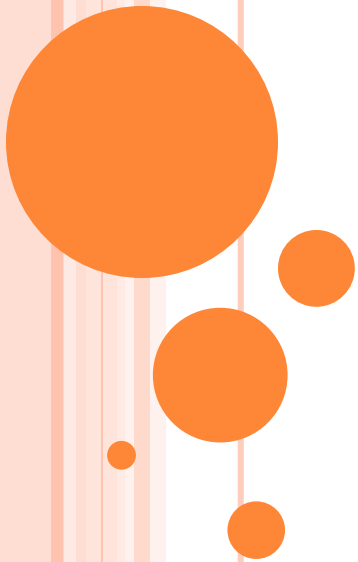
## ŠTA OPOZICIJA MISLI O NEPRAVILNOSTIMA I REGULARNOSTI IZBORNOG PROCESA?



- Ključne nepravilnosti:
  - 1) nedozvoljeno korišćenje javnih resursa,
  - 2) prinuda, ucenjivanje i pretnje,
  - 3) medijska zatvorenost i
  - 4) učestvovanje predsednika RS u kampanji.
- Svi sagovornici su rekli da su oni ili njihove pristalice bili izloženi nekoj vrsti pritiska.
- Tri od četiri sagovornika rekli su da nisu imali nikakvih problema sa Gradskom izbornom komisijom.
- Sve političke organizacije planiraju treninge za kontrolore na sam izborni dan, uz prisustvo i mobilnih timova. Dve od četiri su potvrdile da će imati kontrolore na većini biračkih mesta.



# TEME U KAMPANJI





## ŠTA NAM NUDE IZBORNE LISTE?

- *Analizirani su programi, platforme i izjave osam izbornih lista sa najvećim rejtinzima*
- *Lista oko SNS, D. Đilas, A. Šapić, SRS, SPS, DS, DJB/Dveri i Ne davimo Beograd*
- *Analiza se odnosi samo na gradske izborne ponude, budući da je nemali broj lista govorio o temama koje prevazilaze okvire lokalnih izbora.*
- Liste su se potrudile da izađu sa brojnim i sadržajnim predlozima gradskih politika
- Šest od osam je to uradilo kroz konkretan program/platformu, sa izuzetkom SRS i SPS
- Sve liste su kroz izjave lidera ili kandidata komunicirale mnogo više tema od onoga što je oficijelno (kroz programe) proklamovano
- Kampanja sve vreme protiče na dva nivoa: prvi, istaknutiji u izbornim blokovima, gde se komuniciraju gradske teme/politike i, drugi (u široj medijskoj slici), u kome se prelamaju krupnije političke agende i koje se komuniciraju kroz dihotomiju vlast – opozicija
- Formiran je borbeni narativ (*bitka, borba, oslobođenje*), neretko se ona druga strana vidi kao neprijateljska – i to je vidljivo čak i na lokalnim temama
- Brojni predlozi, a to je posebno vidljivo u socijalnoj politici, koketiraju sa populizmom



## FOKUS KAMPANJE

Najveći fokus u gradskim politikama:

- 1) infrastruktura i saobraćaj
- 2) socijalna politika
- 3) pitanja životnog standarda
- 4) reforma gradske uprave i(ili) decentralizacija
- ...
- 5) kulturna politika
- 6) korupcija
- ...
- 7) obrazovanje
- 8) omladinske politike
- 9) bezbednost građana



## TEMATSKI OKVIR

- Infrastruktura i saobraćaj su teme koje su važne svim listama i na vrhu su gradske agende što je u korelaciji i sa prioritetima građana
- Socijalna politika pokriva sve važne ciljne grupe: deca, penzioneri, zdravstvena zaštita, stari, nemoćni i žene
- Tema koja je važna svim listama, ali više iz drugog plana zbog svesti o limitima gradskih politika na pitanja životnog standarda
- Reforma gradskih službi i decentralizacija je za nijansu važnija za opozicione liste (iako prisutna i kod pozicije) i posebno je važna u posetama udaljenijim gradskim opštinama
- Kultura je (ne)očekivano prisutna u programima – to je važno za sedam od osam lista od čega šest te predloge ima u zvaničnim programima, daleko više u odnosu na obrazovanje – ono se posredno dotiče kroz infrastrukturu i socijalu, a manje kroz systemska rešenja
- Politike za mlade kao i bezbednost (sa izuzetkom preventive nasilja u školama) se nalaze na marginama gradskih agendi
- Korupcija nije tema vladajućih stranaka, ali nije ključna tema ni za većinu ostalih lista sem za DJB / Dveri (ova tema je 2012. i 2014. bila jedna od najvažnijih), čiji je i moto okupljanja „borba protiv korupcije, partokratije i partijske parazitske države“.



# HVALA NA PAŽNJI

[BOJAN.KLACAR@CESID.RS](mailto:BOJAN.KLACAR@CESID.RS)

[CESID@CESID.RS](mailto:CESID@CESID.RS)

+381 11 407 56 05

[WWW.CESID.RS](http://WWW.CESID.RS)

FB/TW: CESIDBEOGRAD

