



*Прве процене указују на то да је Тадићева медијска свеprisутност већ приближила демократе напредњацима, али се Тома и Вучић још нису појавили ни на једном билборду, ни у споту*

Премијер Мирко Цветковић успео је да буде на челу прве владе од октобарских промена која је преживела читав мандат, која је Србију, бар према сведочењима званичника и пропагандиста, кроз кризу провела знатно боље од земаља у окружењу. И док последњих недеља инвеститори долазе у Србију као муслимани у Меку и док се најављују пројекти какве су можда само имали Емирати или Хонгконг, и то у веома кратком раздобљу, премијер Цветковић се не појављује ни у једном изборном споту, ни у једном предизборном сучељавању.

На листи његове Демократске странке, коју је толико задужио, успео је да добије несрећно 13. место, знатно иза својих министара одбране, пољопривреде, рада и социјалне заштите, па и покрајинског премијера. Тај незаслужени третман према премијеру можда је само последица конфузије у којој су се наша сви политички аутсајдери и посматрачи, који су обавештени да су расписани парламентарни избори а гледају класичну председничку кампању. Мада се у Немањиној улици, у владиним круговима, може чути да главна опозициона странка води потпредседничку кампању, што би требало да буде јасна алузија да се Александар Вучић више пита у кампањи од његовог шефа Николића, или је то бар одраз новог стратешког циља владајуће коалиције да направи раздор међу напредњацима.

**МАСКЕ** Иако ни овдашњи званичници не знају хоће ли бити председничких избора, јер

одлука и даље зависи од истраживања која се свакодневно читају и тумаче, Србија ће у сваком случају имати председничку трку под маском парламентарних избора. Та одлука је донета јер је негде у ДС процењено да Борис Тадић може да подигне рејтинг странци ако се читава кампања ослони на његов лик и дело, као и да у сукобу са лидером напредњака већ традиционално излази као победник.

Нешто скептичнији посматрачи стратегије ДС верују да Тадић не доноси толико колико јој неки потпредседници странке односе, па се труст маркетиншких мозгова одлучио да купцима понуди проверен политички производ. А и поштеније је према бирачима да се кампања сведе на личност која је и до сада обављала премијерску функцију, само је због скромности препустила Цветковићу да формално води српску владу. Због тога се до избора може очекивати да у медије буде пласирано још неколико кандидата за премијера, који то сигурно неће бити, али ће оставити утисак да странка заправо има прави кадровски рудник у којем је веома лако наћи кандидате за било коју функцију. „Са Ђиласом би могли да добију изборе у Србији али би изгубили Београд, са Душаном Петровићем или Шутановцем би изгубили Србију, али са Тадићем верују да добијају све“, описује један од мањих партнера ДС.

СУКОБИ Прве процене указују на то да је Тадићева медијска свеprisутност већ приближила демократе напредњацима, али треба имати на уму да се Тома и Вучић још нису појавили ни на једном билборду, ни у једном споту. Међу произвођачима кампања и парола се већ шири шала да је Вучић постао главни уредник свих српских зидова, пошто је место главног уредника свих медија одавно заузето, али та шала је само одраз јасног фаворизовања владајуће коалиције у медијима. Лидер УРС Млађан Динкић је први упутио приговор Републичкој радиодифузној агенцији због злоупотребе председничке функције, као и процене електронских медија да обиласке посластичарница и породичних вуновлачара третирају као врхунску државничку обавезу Бориса Тадића. Сличну жалбу упутили су и напредњаци, чиме се отвара велика расправа на приличну тужну тему: хоће ли ова кампања срушити можда једину тековину октобарских промена око које се сви слажу - регуларне и фер изборе.

Иако многима делује као зец који на великим атлетским митинзима помаже шампионима да остваре што бољи резултат, Динкић би могао да поново буде један од кључних политичара у Србији, под малим условом да уђе у парламент. Свестан да му је ово пресудна битка, кренуо је први у кампању и у њу уложио озбиљна средства, али ће улазницу за парламент морати да плати што озбиљнијим нападима на досадашње партнере после којих ће коалиција са ДС бити искључена. Уколико буде сувише опасан у улози партибрејкера, демократе могу да му током кампање нанесу озбиљан ударац тако што би неки важни савезници, попут градоначелника Крагујевца Верољуба Стевановића или Маје Гојковић, изненада отказали послушност. На другој страни владајуће

коалиције, Ивица Дачић је оштрим порукама о славском колачу већ обавио важан посао, пошто је своје бираче убедио да није Тадићев бочни играч, макар већ дан после избора показао да јесте. Цена његовог коалиционог капацитета током кампање ће само расти, а рејтингу неће ништа сметати општа оцена да је то једина странка која сигурно улази у следећу владу. Због тога се од функционера СПС може чути да се њихов коалициони капацитет може купити само премијерском функцијом.

СНС још није кренула у кампању пуног интензитета, али у врху напредњачке коалиције знају да би за састављање владе морали да оставе Тадићеве демократе бар пет процената иза себе, као и да мањим странкама морају да понуде више, а сопственим бирачима мање од очекиваног. Један дипломата, који се изборима у Србији бави озбиљније од већине политичара, процењује да је главна предност владајуће коалиције у односу на Томину странку што врх ДС може да изгуби знатно више него што врх напредњака може да добије. Знатно је теже предвидети каква је мотивација бирача та два блока, јер у суштини њихове оријентације зависе мање од европских интеграција или националног достојанства, а више од желуца или пуког егзистенцијалног опстанка. Нека истраживања показују да би коалиција око ДС имала драматичну предност међу запосленим у друштвеном сектору, док би напредњаци тријумфовали међу незапосленима и лицима са ниским примањима. Када се велике и мудре анализе доведу до краја, остаје закључак да две главне странке ходају по страху бирача да не изгубе посао (ДС) и нади да ће променама добити посао (СНС). Тај страх или нада ће можда преломити наредне изборе, али неће превише утицати на живот у Србији после избора.

## **Медијски шампиони**

И док странке пишу жалбе РРА, а политичари из власти расправљају ко је више злоупотребио свој положај, агенција Пристоп направила је анализу појављивања странака и лидера у медијима од 13. до 22. марта. У штампаним медијима је највише текстова посвећено ДС-у (553), следе СНС (350), УРС (296), СРС (268), ЛДП (240), ДСС (234) и СПС (228), док је на телевизијама највише прилога било о ДС (249), СНС (207), УРС (186), СРС (165), СПС (123), ЛДП (114), и ДСС (100). Од политичара Тадића је у новинама и на екранима било убедљиво највише (423+297), други је Дачић (192+160), а Николић трећи у штампи (189) и четврти на ТВ (118). Следе Динкић (151+133), Шешел (134+83), Јовановић (119+57) и Коштуница (117+54).

(Нин, 29. 3. 2012)