

Izvorni naučni članak
UDK 329.1/6:321.7

POLITIČKE PARTIJE U SFERI RAZUMNOG (JAVNOG) IZBORA

Doc. dr Luka V. Todorović⁹¹
Univerzitet Union Beograd

Apstrakt: Istraživanja i politička literatura koje se bave političkim strankama u poslednje vreme, smatraju ih organizacijama ljudi koji se bore za vlast i najčešće okupljaju ljude koji su željni vlasti. Za optimalno organizovanje političkih stranaka potrebno je dosta odricanja, mnogo novca, mnogo umnog i fizičkog rada, kako bi se jačala njihova konkurentna moć. U stvari, može se reći da političke stranke sve više postaju „politička preduzeća“, koja na svom čelu imaju rukovodstvo, tj. stranačke preduzetnike, čiji je cilj da na političkom tržištu privuku što više članova, simpatizera i birača, što je u političkoj borbi izuzetan profit.

Kako ekonomija predstavlja sferu čovekovog delanja koja u najvećoj meri oblikuje politiku, ona uslovljava pojavu i usahnuće političkih procesa, motive političke akcije i korisnosti političkog oblika. Javni izbor, kao razuman način razmišljanja, merilima i kriterijumima tržišnog ponašanja želi objasniti političko odlučivanje, tj. donošenje netržišnih odluka. Otuda političke stranke u predizbornim i izbornim kampanjama nastoje da transformišu svoje programe na pitanja i odgovore aktuelnih izazova, u stvari stranke formulišu politiku kako bi pobedili na izborima, a ne da pobedom na izborima formulišu politiku. Neretko, predizborna obećanja ostaju iznesene, a ne realizovane, želje.

Ključne reči: *političke stranke, politika, moć, konkurentnost, izbori, birači.*

POLITICAL PARTIES IN A SPHERE OF REASONABLE (PUBLIC) ELECTION

Abstract: Research/examination and policy literature that cover political parties are considered as organizations of people who are fighting for authority and often gather people who want authority, recently. Optimal organization of political parties requires waiver, a lot of money, a lot of mental and physical work in order to strengthen its competitive power. In fact, it can be said that political parties are increasingly becoming "a political enterprise," which at its apex have management e.g. party entrepreneurs, whose goal is to attract as more members, supporters and voters as they can at political market, which is exceptional profit in the political struggle. As the economy represents the sphere of human action that largely shapes policy, it influences the appearance and withering of political process, the motives of political action and political forms of utility. Public choice, as a reasonable way of thinking, wants to explain political decisions, i.e. non-market decision-making by standards and criteria of market behavior. Hence, the political parties in pre-election and election campaigns are trying to transform their programs to the questions and answers of the current challenges; in fact the parties formulate policies in order to win elections and not to formulate policies by winning elections. Often, pre-election promises remain unrealized wishes.

Keywords: *political parties, politics, authority, competition, elections, voters*

⁹¹ Doktor političkih nauka

Uvod

U odnosima društva i pojedinca vlada stalna napetost koja se proteže na sve njegove kolektivite, sve oblike čovekove društvenosti, od porodice do političkih zajednica. Društvo, a posebno se to odnosi na moderno, je zajednica koja živi i opstaje kroz racionalnu borbu sa prirodom i zbog toga ga ne interesuje nijedna čovekova vrednost i svojstvo koje se ne nalazi na planu te borbe. Na sve načine ono nastoji da poriče čovekovo lično ja, svaki oblik društvenosti, naciju, klasu, versku i političku zajednicu i u svom poretku i pravu i sve to smatra nepotrebnim i u protivrečnostima sa njegovim vrednostima. Pojedinačne vrednosti reducira na zajedničke samo na one koje su od interesa za njega u pogledu racionalne proizvodnje i protivne su svemu drugome, pa i drugim čovekovim vrednostima.

Pojedinac društvo i politiku doživljava kao spoljno određeno, kao i prirodu, čiji pritisak ga tlači. Čovek kao egoistično i racionalno biće (o čemu su govorili Hobs, Lok, Tokvil), koje sledi svoje vlastite interese, a u sklopu napetosti u kojima živi, započinje svoju politizaciju i formira političku morfologiju današnjeg društva iz koje izrasta, s jedne strane, racionalni politički čovek, a s druge strane, politička zajednica organizovana po načelima racionalnog političkog razumevanja. To čovekovo političko delanje je univerzalno, delanje kojim on određuje sebe i motiviše svoje ponašanje u prirodi i društvu. Kao jedinka čovek ne bi u politici ništa mogao da učini i zato njegovo političko delovanje je zajedničko sa drugim ljudima i ono je uvek pojedinačno i zajedničko.⁹²

Čovek, građanin, živi kroz svoju političku orijentaciju, a da toga nije ni svestan. Kao prirodna i društvena jedinka različito doživljava politička zbivanja u svom vremenu i prostoru, pa se u svojim reakcijama na njih, spontano svrstava u istomišljenike i neistomišljenike, potencijalne političke prijatelje i neprijatelje. U današnjem materijalističkom društvu, ciljna racionalna država niti bi se mogla organizovati, niti bi mogla funkcionisati bez organizacije ljudi zainteresovanih za učešće u političkoj moći i vlasti. Sledbenici moraju stvoriti svoju političku partiju, preko koje će obznaniiti svoj program i razbuditi kod ljudi veru i nadu u svoju vlast. Kao najefikasnije političke grupe stranke se kontinuirano bave političkim delovanjem i zato imaju svoj aparat, vođstvo, službe, novac i druga neophodna sredstva.

Pojava političkih partija povezuje se sa opštim pravom glasa, pojavu ustava, razvoj racionalne vladavine i kapitalizma ili preciznije rečeno tržišne privrede u ekonomiji. U demokratskim uređenjima, zapadnog tipa, građanin je taj koji ima određena svoja prava, od kojih je najvažnije pravo glasa na opštim izborima koji se održavaju u ustaljenim intervalima. Od antike do danas, obim populacije koja je zadobijala pravo glasa se širio, pa se danas može reći, bar što se Evrope tiče, ono je priznato svim građanima

⁹² Šire videti: Senior Martin Lipset; *Politički čovek*, Prosveta, Beograd, 1972.

neke države starijim od 18 godina. Zato su stranke prinuđene da stalno pridobijaju, kako svoje članove tako i glasače, to jest svoje pristalice i simpatizere. A to znači da stranke mogu da računaju na čvršće povezivanje svog članstva uz sebe i povećanje glasača, samo opipljivim rezultatima svog delovanja. Nikad ne smeju zaboraviti da su im birači dali vlast svojom voljom. No, u daljem tekstu ćemo ukazati kako to stranke pridobijaju birače za svoje programe i za svoje ciljeve i ukazaćemo kako se u tim aktivnostima stranke bave ekonomskom logikom preduzetnika i netržišne konkurencije.

Demokratija je nužno povezana sa javnim ili društvenim odlučivanjem i ona uzima u obzir „volju naroda“, volju koja je na neki način, za samu političku ili moralnu normu, „čarobni“ način pretvara u javni izbor ili „volju naroda“.

1. Stranka – organizacija za osvajanje i vršenje vlasti

Šta su to političke stranke ili partije i kako se na najbolji način može definisati, pitanje je po kojem se ne slažu mnogi teoretičari i autori. To neslaganje je posledica različitog naglašavanja jednih ili drugih elemenata koji po tim autorima predstavljaju bitno svojstvo stranaka. No, ovoga puta nije nam namera da govorimo o tim razlikama, niti imamo nameru da postavimo pitanja da li te razlike postoje.

Značajan broj teoretičara političke stranke definiše kao organizacije za osvajanje i vršenje vlasti, što je u ovom radu i naše interesovanje, s tim što značajan broj njih osvajanje vlasti vezuje za demokratski politički proces, kroz izbornu, parlamentarnu proceduru. Lasvel i Kaplan ih smatraju kao grupu koja određuje opšte ciljeve i postavlja kandidate na izborima (Laswell-Kaplan)⁹³. Slično mišljenje ima i Đovani Sartori, koji smatra da je stranka politička organizacija koja je sposobna da putem izbora postavi svoje kandidate na javni položaj (Đovani Sartori, 2002:65). Mogli bi još navesti dosta teoretičara koji imaju slične odrednice za političke stranke, ali je nepobitno da većina tih teoretičara ističe da je jedini prihvatljiv način dolaska na vlast putem demokratskih izbora. Moris Diverže ističe vezu između političkih partija i osvajanja vlasti izbornim putem, a Maks Veber smatra da je cilj partija stalno pridobijanje glasova na izborima za politički položaj (Maks Veber, tom II: 454). Naš poznati akademik Slobodan Jovanović pišući svoju raspravu „O državi“ je istakao: „Savremenim strankama glavna je briga da pobeđe na izbornim i parlamentarnim borbama“ (Jovanović S, 1990: 347). Zaista se može reći da danas političke stranke okupljaju i ljude željne vlasti, ali i one kojima to nije prvenstveni i jedini cilj, jer i nepolitičnost je deo politike ili što bi Aristotel rekao „Ko se ne bavi politikom, politika se bavi njime“. U racionalnoj državi stranke prvenstveno služe za formiranje političke volje građana, jer politička vlast države svoje opravdanje jedino ima u političkoj volji građana i ni u čem drugom.

⁹³ Šire: Laswell-Kaplan: „Power an society“, p. 169 – Radimir Lukić, Političke stranke, str. 33.

Za današnje uslove može se reći da nije teško organizovati političku stranku, ali sigurno da je teško osigurati njeno optimalno delovanje. Pored programa, dobre volje i želja, potrebno je još dosta odricanja, a pre svega novca, mnogo umnog i fizičkog rada kako bi se jačala njena konkurentska moć. Zato danas i laici govore da je u politici organizacija ono što je novac u trgovini. Politika i politička borba se ne mogu voditi, niti se politička vlast u državi može osvojiti, bez organizovanja ma kakvog nivoa.

Politička borba i jeste vid zajedničkog političkog delovanja. Ispoljava se kao pridobijanje sledbenika i saveznika, pokretanje i okupljanje građana oko neke ideje. Iza celokupne takve političke aktivnosti uvek stoje čisti materijalni i drugi lični, grupni i društveni interesi. Mora se reći da je moralno boriti se za sebe, svoje interese i ideje. Ili kako je još davno rekao Artur Bentli „Nema grupe bez interesa“ (A. Bently, 1949: 77). Politička borba često jeste oštra i beskrupulozna, jer jedni imaju pretenzije da steknu vlast i moć ugrožavajući one druge koji je već poseduju, jer, po Maksu Veberu, moć je društveni fenomen koji se javlja pri svakoj vrsti „zajedničkog delanja“ ljudi, a njen specifičan oblik je vlast (Maks Veber, 1976). Opšte je uverenje da u političkoj borbi pobeđuju oni koji se manje dvoume u izboru i primeni sredstava za pridobijanje masa. Tako, kao u tržišnoj ekonomiji, gde se na tržištu nadmeću razni proizvođači kao konkurenti, politička borba dobija karakteristike „pijace“, gde se svi cenkaju, svi se zaklinju u moral, pravo i demokratiju, osporavajući drugima da to u svojoj aktivnosti poseduju. Sociolozi smatraju da to ipak nije borba, već jedna vrsta igre, takmičenja i nadmetanja ili u krajnjem miroljubivi smisao napor za sticanje i raspolaganje političkom moći, čija je suština da institucije sistema funkcionišu po vrednostima i kriterijumima koji pružaju šanse kakve svi smatraju da konkurencijom mogu postići. Konkurencija u političkim borbama danas postaje način bivstvovanja političkih stranaka i političkih zajednica. Ne postoji apsolutno pravo na političku moć i niko nije pošteđen političke borbe i niko nema pravo da političku borbu posmatra sa strane, a samim tim niko ne sme zapostaviti i zanemariti jačanje svoje konkurentске moći. Zato i jeste stalni zadatak političkih stranaka da izgrađuju svoju organizaciju, strategiju, taktiku i inoviraju svoje programe. Može se reći da je konkurentska moć u političkim borbama osnov sigurnosti, ali nikad ne treba zaboraviti ni staru maksimu „i od jakog postoji jači“. Ta činjenica, koja je najviše izražena u pravnoj državi, daje političkoj borbi – partijskim i izbornim borbama – po načinu, sredstvima i obzirima kojima se ona mora voditi, karakter konkurentskog nadmetanja.

a) Privatna udruženja od javnog karaktera

Mnoga istraživanja su utvrdila da je organizovanje i imenovanje ljudi na funkcije u vlasti, u današnjim uslovima, najvažniji, a možda i jedini, smisao postojanja i javnog kontinuiranog delovanja političkih stranaka. Iz te osnovne funkcije stranke proizilaze sva ona svojstva koja ih čine prepoznatljivim i posebnim političkim fenomenom. Izbori i izborni rezultati su glavni pokazatelj šta određene stranke znače za pojedinca i za društvo. Birači se na svojim izbornim mestima rukovode samo

jedinstvenim kriterijumom, da će izboru svojih predstavnika u skupštini, a samim tim i izboru vlade, pristupiti ciljno i racionalno i glasati za stranku koja obećava potpunije zadovoljavanje njihovih ličnih, materijalnih i drugih interesa i potreba.

Apsolutne sigurnosti u podeli vlasti i moći nema, pa zato razborita stranačka rukovodstva i državni funkcioneri dobro znaju da njihove stranke mogu biti uspešne i trajati samo stalnim pridobijanjem članstva i simpatizera, pa samim tim i glasača. Uspevali oni u tome ili ne, drugih mogućnosti nemaju i zato te aktivnosti moraju stalno da ponavljaju. Sigurno je da je to jedini posao koji stranke mogu ponavljati i koji im se toleriše, u drugim oblastima i aktivnostima ponavljanje samo ukazuje na tapkanje u mestu. To je zakonitost postojanja stranke i kompenzacije drugim sredstvima (novac, sila, propaganda i dr.) za tu aktivnost nema. Opipljivi rezultati delanja koji služe postavljenom cilju, jedini je način vezivanja članstva i povećanja broja glasača. Uvek se mora voditi računa o tome da su glasači ti koji su im dali vlast svojom voljom, pristupili su im svojom voljom i slobodno su njihovi članovi, bez obzira na motive. Stalnost i opstanak, nepokolebljiva vezanost članstva, njegova privrženost i privrženost birača su u višestranačkom sistemu ideal svake partije.

Nepobitno se može zaključiti da su stranke, kao i druga lična i privatna udruženja, dobrovoljne političke organizacije. Ljudi mogu imati istovetna politička uverenja i mišljenja, pa čak i stavove, a ne biti u stranci, ali oni se ipak po određenim pitanjima moraju opredeljavati, jer se to tiče njihovih ličnih interesa, a stranke im mogu u tome pomoći. Stranke izoštravaju i približavaju stavove pojedinaca i istovremeno osiguravaju šansu legitimnosti i opšte prihvaćanje svačijim. Stranke pojedincu služe kao sredstvo, kao put i način za povećanje delotvornosti ličnih ideološko-političkih uverenja i strogo ličnih životnih nadzora. A racionalna država računa baš na to, jer očekuje da će njeni građani kroz stranačku raspravu dolaziti do racionalnih i umnih odluka, da će joj olakšati put do umne politike. Vođena tom svojom računicom država strankama, kao privatnim udruženjima, daje javni karakter i javno priznaje, tom delovanju karakter značajnog, ne samo za pojedinca lično, već i za društvo i državu, odnosno celu zajednicu. Umna politika je cilj i najveće dobro kojem teži svako konkretno društvo, narod, nacija i svaka država, a to je i uslov drugog dobra u ostalim oblastima života svakog čoveka i racionalnog društva. Nesporno je da autokratske države imaju, ili mogu imati, racionalne uprave i administracije ali nemaju racionalnu politiku. Postojanje političkih stranaka omogućava da delanje države i vlade bude racionalno, jer političke stranke time što nameću vladi određeno političko i administrativno delanje, nameću joj i jedno racionalno delanje i omogućavaju joj da iz svog ukupnog delanja odstranjuju ono što je neracionalno. One su, u stvari, ti činioци društva koji valorizuju umno delanje vlade.

Ali, nažalost, kao i u mnogim drugim oblastima teorija i praksa se i u nekim načinima ponašanja mimoilaze. U praksi je dokazano da između

države i političkih stranaka ne postoje idilični i harmonizovani odnosi, a razlog tome je iracionalno ponašanje stranaka ili dela članstva koje nastupa u ime stranke. Tako stranački život i delanje prate nasilništvo i posesivizam, a i druge čovekove strasti i sklonosti. Zbog toga se može reći da u praksi odnosi racionalne države i stranaka nalikuju nekakvom antagonističkom odnosu, ali takođe mora se istaći, da je on u suštini miroljubiv zbog visoke uzajamne zavisnosti na planu razumnog delovanja.

Na kraju ovoga dela teksta značajno je istaći da političke stranke, kao privatna udruženja građana, pred državom se obavezuju na javno delanje sa javno određenim i odobrenim ciljem. Društvo u licu države priznaje društvenu korisnost i celishodnost ciljeva za koje se stranke bore, a još je bitnije to što su stranke javno odgovorne da se izbore za te ciljeve. Ali ni država ne može biti pasivna, jer i ona ima obavezu da omogući kontinuiranost delovanja stranaka. Zbog toga politička javnost i racionalni, politizovani pojedinci ne odobravaju pasivnost stranaka, napuštaju ih i osnivaju druge i nove, a zakoni racionalne demokratske države te procese krajnje liberalizuju.

b) Trgovina uticajem i uslugama

U današnjoj razvijenoj demokratiji za političku borbu se može reći da je uglavnom regulisano takmičenje u ciljevima i sredstvima usmereno prema određenom poretku. Suština te borbe sadržana je u tome da institucije sistema funkcionišu po kriterijumima i vrednostima koje pružaju šanse kakve svi smatraju da konkurencijom mogu postići. U pravnoj državi ta činjenica najviše dolazi do izražaja i ona političkoj borbi, po načinu, sredstvima i obzirima kojima se ona mora voditi, daje karakter konkurentskog nadmetanja. Politički subjekti u toj političkoj borbi mogu računati samo na onoliki deo učešća u vlasti kolika joj je konkurentska moć, što se može uporediti sa konkurentskom moći preduzeća na tržištu.

Šta su pretpostavke konkurentske moći političkih stranaka? Za kratkoročni period to mogu biti atraktivni program i harizmatični lider, ali da bi partija dugoročno mogla da opstane kao važan igrač na političkoj sceni „potrebno je da ima tri resursa: organizaciju, rad volontera i novac“ (Nassmacher, 2001: 3). Ili kako je to na slikovitiji način još u XIX veku (1895. godine) prezentovao američki senator iz Ohaja Mark Hanna: „Dve stvari su važne u politici. Prva je novac, a te druge ne mogu da se setim“. O značaju novca kao fenomenu u politici i političkoj borbi zna se od kad postoji ljudska težnja za moći i vlašću, jer kako je novac moć (*money is power*) tako je politička moć odraz ekonomske moći. A kako su robno-novčani odnosi sine que non kapitalističkog sistema, tako se i komunikacija u liberalnoj demokratiji, odvija po načelu „društvene razmene“. Naime, „teorija društvene razmene tvrdi da ljudi ulažu energiju potrebnu u komuniciranje, zato što očekuju da će iz toga nešto izvući za sebe. Mislimo da nam drugi mogu pružiti ono što nam treba, ući ćemo s njima u razmenu, otvorenu ili prikrivenu. Tada razmenjujemo pažnju za informaciju ili smeh za simpatije. Prema teoriji društvene razmene

konverzacije su sredstvo kojima dobijamo da bismo primili.“ Proizlazi da je komunikacija utilitaristički određena, ali sigurno je da taj utilitarizam nije isključivo i uvek ekonomski, ali teorija društvene razmene najviše se može primeniti na ekonomiju i politiku. Kakva je komunikacija u ekonomskoj bazi, takva će biti i komunikacija u političkoj nadogradnji.

Zato se može reći da se stranka i njena moć i danas ceni količinom novca kojom raspolaže. Stranke bez novca su osuđene na zakržljavanje i postepeno izumiranje, a i za takvim strankama interesovanje se smanjuje. Može se reći da su stranke, u drugoj polovini prethodnog veka, nastojale da se razviju u prava politička preduzeća. Kao i svaki drugi kapital, tako i stranački, oličan i organizovan u preduzeće služi za podsticanje proizvodnje, u ovom slučaju političke moći, vlasti i ugleda. Kapital je uslovio još jedno markantno obeležje modernih stranaka. Kao što je sve obezličio u društvu, on je u stranku uveo, umesto vođe, stranačke poslovode i preduzetnike. U takvim okolnostima stranka počinje da trguje glasovima i unosnim mestima od moći i vlasti. Glasovi su za nju roba, ona promeće glasove kao što se odvija promet u trgovinama ili pijacama. Mušterije su svi za koje ta roba ima upotrebnu vrednost da pomoću nje ojačaju svoju prevlast, svoju dominaciju u parlamentu. Ali im na ruku idu građani i birači, koji ne žude za strankama velikih ideja i principa, niti na svoje pravo glasa gledaju kao na svetinju i uzvišenost, jer kao da su svesni njegove realne i stvarne cene, to jest prakse njegove prodaje i kupovine. Strankama je poznato da je čovek uvek ulazio, pa i danas ulazi, u politiku sa nadom u nekoga i u nešto. Zbog svih tih okolnosti stranke u svojoj organizacionoj strukturi poseban akcenat daju unapređenju markentiško-komercijalne i finansijske službe.

Svakako da funkcionisanje racionalno organizovane vlasti i države zavisi od političkih stranaka, ali sigurno je da su i stranke vezane za državu i državni budžet. Između ostalog, i zbog toga, stranke teško podnose gubitak vlasti, jer im „iz ruku“ nestaje državna kasa koja je i partijska, na šta je još ukazivao Karl Jaspers. Velike partije, kao što su na primer dve američke stranke, republikanska i demokratska, na miroljubiv način vode politiku te zemlje, jer praktično da između njih nema razlika i suprotnosti, i kako se to kaže, to su dva ista proizvoda sa različitim etiketama. U poslednje vreme takav trend se oseća u strankama razvijenih zemalja Evrope. Želja je da u političkom životu postoji što manji broj stranaka, kojima se na indirektan način ne dozvoljava ni pravi razvoj i učešće u državnoj vlasti i korišćenje državnog novca. Ne može se tačno proceniti, što se odnosi na mnoge države, šta je veće i šta brže raste, da li aspiracija građana da putem stranaka i stranačkog angažovanja dođu do radnog mesta ili brže raste mogućnost stranaka da udovolje tim aspiracijama. Ali sa velikom sigurnošću se može reći da stranački organizovani ljudi imaju veće izgleda od ostalih. No, još veće izgleda imaju odani stranački sledbenici i krvni srodnici rukovodstava stranaka. Kohezija vođstva i stranačkih aktivista ne počiva više na lukrativnim sadržajima i profesionalnim odnosima, već na rođačkim, zavičajnim i drugim vezama.

Sigurno je da se na takav način gube neki elementi demokratskog života i atmosfere u strankama, a takvim radom stranke često dobijaju obeležja stranaka koje su kritikovali u bivšim socijalističkim zemljama.

Želja za vlašću stranaka i moć novca u ostvarenju te želje otvaraju značajan prostor, kako u svakodnevnom funkcionisanju tako i u predizbornim kampanjama, za uticaj bogatih pojedinaca, bogataša, vlasnika kompanija, preduzeća sa značajnim brojem radnika, na rad stranaka. Svakako, njihov uticaj nije samo zasnovan na društvenom autoritetu kojim obezbeđuju podršku za ciljeve za koje se zalažu, već se, pre svega, ogleda u moći njihovog novca. Niko, a posebno takvi donatori i sponzori, ne daju novac iz milosrđa već oni jednostavno zastupaju svoje interese, odnosno u velikoj većini donacije služe kako bi, u slučaju da pomenuta stranka uđe u vlast, donatori imali saveznike koji će kroz javnu politiku zastupati njihove interese. Upravo zbog toga se finansiranje političkih stranaka posmatra kao trgovina uticajem, odnosno uslugama.

Kako „vlasnici novca“ cene svoj kapital i ništa ne prepustaju slučaju, a posebno je to izraženo u nestabilnim društvenim stanjima i raznim previranjima kakvih je u našem veku bilo jako mnogo, oni istovremeno finansiraju i poziciju i opoziciju. Za njih je to samo plasman kapitala u neku sigurnost i izgled. Očito je da ti bogataši najčešće ne vode računa o ideologiji stranaka kojima doniraju svoj novac i njih, u krajnjem, ne interesuje politička vlast i moć. Ali kad dođe do njihovog direktnog i javnog političkog angažmana on je po pravilu prevashodno motivisan opet zaštitom nekog njihovog materijalnog interesa, bilo da je reč o potrebi očuvanja već stečenog bogatstva, bilo da se radi o njegovom uvećanju (Silvio Berlusconi, Milan Panić, Bogoljub Karić i dr.).

Naravno, nikako ne smemo zaboraviti na kapital multinacionalnih kompanija koje kroz proces globalizacije postaju subjekti političkog procesa u određenim, i sve većem broju, država. Motiv njihovog učešća je profit kompanije (gde ima profita ima i trgovine), i njima su sva makroekonomska kretanja veoma relevantna sa stanovišta rasta i opadanja tog profita. U svrhu obezbeđenja dobiti one ulažu materijalna i finansijska sredstva za podršku onim političkim snagama za koje smatraju da će im omogućiti rad po povoljnijim uslovima, odnosno koje će im omogućiti rast profita. Iako je profit primaran interes multinacionalnih kompanija, zbog čega one kroz učešće u političkom procesu dovode ili smenjuju određene političke stranke na vlasti, postoje i drugi interesi koji se izražavaju kroz politiku investiranja u određenoj državi ili regionu, gde ove kompanije žele da stvore bolje uslove za te aktivnosti. Time one participiraju u ekonomskoj politici zemlje ili regiona o kojoj je reč. I ne samo to, moćne transnacionalne kompanije su te koje mogu vladama država da diktiraju zakonske i druge uslove pod kojima su spremni da ulože svoj kapital u investicije u određenoj zemlji, a pod kojim uslovima to nisu spremne, da traže garancije za svoje države i sl. U određenim uslovima, kad se multinacionalnim kompanijama, na primer, daju koncesije za eksploataciju rudnog bogatstva ili nafte, država se može dovesti u zavistan položaj u pogledu sopstvenog snabdevanja strateškim sirovinama, a tad će se i celokupan politički proces dovesti u takav položaj.

c) Mediji kao deo trgovine u formiranju javnog mnjenja

Francuski književnik Alber Kami je kao pretpostavku uzeo da je „štampa slobodna ako ne zavisi ni od moći države, ni od moći novca.“ Ali istorija i razvoj društva su bili drugačiji, jer i u današnjim modernim vremenima može se videti da „novac postaje sve važniji za vođenje političke komunikacije“, a da se u takvim okolnostima „smanjuje jednakost prilika i pristup političkom procesu“ (McNair 2003: 46). Šta to u suštini znači? Znači nejednakost u osnovnim pretpostavkama demokratskog društva koje je regulisano, na primer, u izbornim zakonima, gde je predviđena jednakost svih političkih partija u izbornim kampanjama na javnim, pa i privatnim medijima. Ali stvarnost je sasvim drugačija, jer oni bogati mogu više platiti, pa će više biti u medijima. Novac je posrednik u robno-novčanim odnosima i njim se može kupiti gotovo sve, pa tako i u sferi politike i medija. Novac potkupljuje novinare da pišu naručene komentare, novac izmišlja nove afere o političkim protivnicima, novac stvara dobar imidž i dr. Krupni kapital ima interes da očuva ili ojača svoju poziciju i oni „unajmljuju“ medije kojima dodeljuju zadatak „anesteziranja javnosti“. U stvari, zadatak tih medija je da odvrćaju pažnju od bitnih problema, koji su najčešće političke prirode, a zadržavaju pažnju na temama koje nemaju dodirnih tačaka sa politikom. U našem narodu se to kaže „baci brigu na veselje“ ili „daj narodu što više zabave i igara“.

Nesporno je da u kapitalističkom zapadnom sistemu, kojem i mi iz bivših socijalističkih sistema težimo, sve funkcioniše po ekonomskim principima, pa tako ni mediji nisu izuzetak. Privatno vlasništvo na kojem počiva to društvo daje i smernice interesovanja, a to je privatni život. Zato smo često u prilici da se u medijima, posebno u izbornim kampanjama, pažnja fokusira na privatnim problemima stranačkih vođa i aktivista, a cilj je odvratiti pažnju od društvenih, političkih, socijalnih i drugih, za život građana, bitnih pitanja. U izbornim kampanjama sve je više naglasak na tzv. *personality*, ličnom profilu i imidžu kandidata, nego na političkim programima. Mediji su potisnuli „mapp političare“, kako bi promovisali „body političare“.

Rekli smo već u prethodnom delu teksta da je konkurencija glavna odlika tržišne kapitalističke privrede, ali i mediji su ti koji moraju raditi na svojoj konkurentnosti, a njihova konkurentnost se izražava kroz komercijalne programe i zato je roba većine privatnih medija bofl roba-novele, akcioni filmovi, pornografija, šund muzika, senzacionalne vesti i sl. Vođeni tržišnim načelom mediji se prilagođavaju masovnom ukusu, pa je infatilizam i osrednjost *condicio sine quo non* medijskog tržišta.

Nikako ne bi trebalo potceniti značaj interpersonalne komunikacije u političkom procesu. On je tim veći, ukoliko je veća kontrola nad medijima. I u takvoj situaciji, nemoguće je zamisliti aktivnost političkih stranaka i drugih subjekata političkog procesa bez uloge medija, jer oni svoje političke programe, ciljeve, stavove iznose u javnost kroz medije.

Pisani mediji – knjige, novine – bili su osnovno sredstvo komunikacije u XIX veku, dok je XX vek obeležen ekspanzijom elektronskih medija – radija, televizije, filma, interneta. I pisani i elektronski mediji su danas nezaobilazan činilac političkog procesa koji se odvija. Savremeno društvo je „potrošačko društvo“ i u njemu se proizvodi troše nevjerovatnom brzinom, pa tako i vesti. Danas se ostvaruje ideja da se ništa nije dogodilo što u medijima nije zabeleženo.

Bitno je istaći, što je u krajnjem utiče na kvalitet komunikacije političkih subjekata, da do pojave interneta kao novog medija, svi do tada poznati mediji su bili jednosmernog karaktera. Informacije su samo emitovane prema primaocu, dok je mogućnost njegove reakcije bila veoma ograničene (neke rubrike ili pitanja čitalaca ili gledalaca). To je ovim medijima davalo karakter sredstava informisanja, a ne sredstava komuniciranja. Internet je u tom smislu napravio suštinski prodor, pošto je omogućio da primalac informacije bude istovremeno pošiljalac, da primalac može reagovati, da je moguća istovremena razmena informacija i to bez ikakvog ograničenja. Političke stranke sve više koriste ovaj način komuniciranja, jer na taj način mogu da ostvare i najkvalitetniju vezu sa svojim biračima i prezentuju svoje stavove i opredeljenja po određenim pitanjima. Istina je da i tu postoji mogućnost trgovine između partijskog vođstva i birača, jer rukovodstvo nastoji da plasira (proda) svoju informaciju (robu) za glas birača (novac).

2. Javni izbor političkog odlučivanja

Ma koliko da je čovek odmakao u sopstvenom razvoju i u razvoju civilizacije, krajnji smisao njegovog proizvodnog i političkog delanja je preživljavanje, kako pojedinca, tako i društva. Tek iz te životne potrebe, od te životne tačke, počinju čovekove materijalne, civilizacijske potrebe i civilizacijske funkcije politike prema pozitivnom smislu čovekove egzistencije. Racionalna politika uvažava ekonomske zakonitosti i u razvijanju proizvodnje i podmiranju potreba zajednice rukovodi se načelima prava, morala, ideoloških orijentacija, tradicija i drugog. Koliko god politički i društveni faktori mogu da modifikuju ekonomske, ipak postoji neka tačka, kad zakoni ekonomije dobijaju kauzalni značaj i postaju presudni za strukturu svih zajednica, pa i države i društva.

Doprinos ekonomije analizi političkih i državnih institucija ima dugu istoriju, pa ih nije lako predstaviti u jednom ovakvom tekstu. Nezavisno koju od tradicija ekonomske analize uzmemo kao predmet razmatranja, nesporno je da se nijedna po svom značaju ne može uporediti s teorijom javnog izbora. Naučna istraživanja u području političkih i ekonomskih nauka o teoriji javnog izbora pokazala su da postoji viševekovna istorijska tradicija o izučavanju ove teorije i finansiranju javnog sektora. (Galbraith, Kenneth, 1996: 12).

Početak oblikovanja teorije javnog izbora veže se za objavljivanje rada Duncana Blacka o racionalnosti grupe donosilaca odluke, koji je svoju

inspiraciju našao u radovima matematičara iz 18. i 19. veka kao Condorceta, Borde, Lewisa Carrola. Pedesetih godina prethodnog veka K.J. Arrow je u svom delu „Social Choice and Individual Values“ prvi dao zaokruženu teoriju o javnim izborima i njihovom socijalnom i privrednom razvoju. U tom periodu izlazi i kapitalno delo A. Downsa o ekonomskoj teoriji demokratije u kojoj je ukazao kako političke stranke liče preduzećima u smislu što oblikuju odredbe za koje veruju da će maksimizirati njihove glasove, slično kao što privatne kompanije proizvode dobra za koja veruju da će maksimizirati njihove dobiti (Downs, 1957: 295). Najsavremenija naučna istraživanja i formatiranje razvoja ove orijentacije vezano je delo za M.H. Buchanana i G.Tullocka „Račun saglasnosti“ (The Calculus of Consent) kojim su ukazali potrebe širenja i primene ekonomske analize na političko odlučivanje. Za svoj celokupan naučni rad, u okviru kojeg veći deo pripada teoriji javnog izbora, Buchanan je 1986. godine dobio Nobelovu nagradu.

Teorija javnog izbora govori o ekonomskom proučavanju donošenja netržišnih odluka, odnosno o primeni ekonomske analize na političko odlučivanje. Predstavnici ove teorije političko odlučivanje nastoje objasniti merilima i kriterijumima kojima je podložno tržišno ponašanje, odnosno da politiku treba izučavati skupa s ekonomskim instrumentarijem. Osnovnu bit teorije javnog izbora dao je J. Buchanan, ističući da se „u osnovi čitava teorija opšteg izbora ili ekonomska teorija politike može sažeti kao otkriće ili ponovno otkriće da bi svi ljudi trebali biti tretirani kao racionalna bića koja maksimiziraju korisne činioce u svim oblastima svog ponašanja“ (Buchanan, 1978: 17).

Ako bi saželi osnovna polazišta teorije javnog izbora, mogli bi doći do dve postavke. Jedne, da se naučna aparatura ekonomske nauke može primeniti na proces kolektivnog odlučivanja, tj. politike. I druge, da se u procesu kolektivnog izbora pojedinci ponašaju kao i na privatnom tržištu – odluke donose sledeći vlastite interese. Pojedinci i na tržištu i u politici teže maksimiranju vlastitih koristi, nastoje zastupati svoje vlastite interese. „Za nas je“ kaže Buchanan „izazov stvaranje ili menjanje političkog sistema koji će usmeravati političko ponašanje pojedinca koji služi njegovoj vlastitoj koristi i zajedničkom dobru, na način što bliži onome koji je opisao A. Smit, s uvažavanjem ekonomskog sistema“ (Buchanan 1978: 17). Može se reći da, u krajnjem teorija javnog izbora, na neki način, predstavlja oživljavanje klasičnog liberalizma, gde njeni teoretičari opisuju kako vlade donose odluke o javnim prihodima i rashodima, regulisanju i drugim politikama. Pritom se više bave pravilima i procedurama donošenja odluka, nego samim odlukama. To je ono specifično, po mišljenju Buchanana i Tullocka, što razlikuje školu javnog izbora od ostalih. Pretpostavka je, dakle, da je čovek ujedno i političko biće (homo politicus) što je govorio Aristotel i ekonomsko biće (homo oeconomicus) kakvim ga je predstavljao Smit.

Teoretičari javnog izbora bave se i ponašanjem birača, ulogom političara, političkih stranaka i drugih grupa u kompleksnim demokratskim

društvima. Radi se o političkom procesu u kojem se birači ponašaju kao kupci, političari kao preduzetnici, gde se naglasak stavlja na kategoriju razmene (političke razmene), odnosno na katalaktički pristup ekonomiji. Glasači i političari su sudionici u procesu izbora javnih dobara, koji u okviru određenog političkog, odnosno izbornog sistema, učestvuju u procesu donošenja javnih odluka.

Kao što ekonomska konkurencija, pod određenim pretpostavkama, nalaže proizvođačima da slede želje potrošača, tako i političko natjecanje nalaže političarima da se ponašaju u skladu sa interesima birača. Poput homo oeconomicusa koji teži maksimalizaciji vlastite koristi, političari i birači deluju u vlastitom interesu. Cilj političara je maksimalno povećati glasove birača kako bi se mogli održati na vlasti i provesti svoju motivaciju koja se ogleda u pragmatizmu i ideologiji. Cilj birača je maksimizirati koristi koje proizilaze iz fiskalnih operacija, što znači imati što veće koristi od državnih rashoda, nego što su plaćanja poreza. Birači na izborima biraju svoje predstavnike za koje očekuju da će na najbolji mogući način zastupati njihove interese i ispuniti njihova očekivanja. Političari koji uspeju u najvećoj meri udovoljiti ovakvim zahtevima, dobiće i najveći broj glasova i povećaće izgleda za svoj izbor ili reizbor.

Izuzetnu važnost, ako ne i odlučujuću, za donošenje javnih odluka ima i vrsta političkog sistema u kojem se te odluke donose. U sistemima gde su na vlasti diktatori, problema oko javnog izbora i nema. Privatne preferencije diktatora postaju javne preferencije, te javnost i nema uticaja na količinu i vrstu javnih dobara koja će joj služiti.

U demokratskim sistemima postoji utvrđen politički sistem donošenja kolektivnih odluka koji se odnose na zadovoljavanje zajedničkih potreba u području obrazovanja, nauke, kulture, zdravlja, socijalne zaštite, državne uprave i privredne infrastrukture. Te odluke se mogu donositi na dva načina:

a) neposrednim izjašnjavanjem građana putem referendumu koji se najčešće održavaju na lokalnom nivou, gde se građani opredeljuju i odlučuju o konkretnim programima zadovoljavanja zajedničkih interesa u području zajedničkih potreba u pojedinim društvenim i komunalnim delatnostima, i

b) posrednim putem, tj. posrednim načinom odlučivanja, preko izabраниh predstavnika u parlamentu na raznim nivoima državne organizacije i te odluke o zadovoljavanju javnih potreba, kao i o njihovom finansiranju, donose se preko mehanizma javnih izbora čija je suština da se u demokratskom političkom procesu pojedinačne sklonosti i interesi udružuju u kolektivne odluke.

Dva su principa (pravila) koja su se izdvojila u dosadašnjoj parlamentarnoj demokratiji: princip jednoglasnosti-konzensusa i princip većine. Kod prvog, pravila jednoglasnosti, odluka se usvaja kad je odobre svi glasači. U tom pravilu praktično je sadržano i pravo univerzalnog veta,

koje može upotrebiti svaki pojedinac ako se ne slaže sa nekom odlukom. Iz te bi činjenice upotreba spomenutog pravila mogla u potpunosti blokirati zadovoljenje potreba za javnim dobrima. Ovakav tip odlučivanja prilikom donošenja kolektivnih odluka, odnosno programa zadovoljavanja javnih potreba kao i njihovog finansiranja, u parlamentu iziskuje saglasnost i jednoglasnost svih predstavnika u parlamentu, bez obzira na određenu stranačku pripadnost.

Da ne bi došlo do blokade donošenja odluka, većina država razvijene demokratije primenjuje drugo, pravilo većine. Načelo jednostavne većine smatra da je odluka donesena kad za nju glasa više od polovine glasača. No, u većinskom izbornom sistemu može doći do tiranije većine nad manjinom, gde odluka koju je donela većina dovodi u lošiji položaj manjinu. Istraživanja u vezi s većinskim odlučivanjem o pojedinim vrstama programa, a posebno istraživanja nobelovca Kennetha Arrowa, pokazala su kako većinska glasanja u parlamentima nisu u pravilu delotvorna i da ne pokreću društvo u najpoželjnije stanje (Samuelson i Nordhaus, 1992: 309-310).

Da bi se izbegli svi nedostaci jednog i drugog principa, pribegava se srednjem rešenju i upotrebi kvalifikovane većine. Odluka se smatra donesenom tek kada za nju glasa više od dve trećine glasača. Kako državni budžet predstavlja osnovni dokument u kojem su sabrana sva trošenja na javna dobra, to se smatra da bi se on trebao donositi dvotrećinskom većinom. Ali u bivšim državama ex nam države, državni budžeti se donose kvalifikovanom većinom, moramo to reći, uz dosta trgovine sa interesima stranaka koji tvore većinu državne vlasti, a zato Buchanan smatra da „sve važne budžetske odluke neće uvek odražavati volju glasača“ (Buchanan, 1975: 156). Takođe, Buchanan je zaključio da proces delovanja prema vlastitim interesima ima tendenciju ubrzanja, a kad taj proces krene, svi mu se moraju pridružiti ili otpadaju. Političke stranke postaju koalicijama koje tragaju za sve većim brojem glasova. Svaka politika uključuje koalicije. To, kako primećuje McLean, proizilazi iz činjenice što je puno birača od kojih svaki ima političke preferencije, ali je samo nekoliko političkih stranaka i jedna vlada (McLean, 1997: 118).

Sklapanje koalicija poprima različite oblike u zemljama s manjim brojem većih stranaka, od zemalja u kojima postoji više manjih stranaka. Pretpostavka je da se u zemljama sa većim strankama koalicije formiraju unutar samih stranaka, dok u zemljama se većim brojem manjih stranaka te koalicije se stvaraju između stranaka. Nasuprot Downs-u koji je tvrdio da političari nastoje dobiti što veći broj glasova pa se udružuju, poznati predstavnik ročesterske škole javnog izbora W.H.Riker smatra da političari nastoje dobiti onoliko glasova koliko je dovoljno da steknu vlast. Po njegovom mišljenju „više glasova znači više obećanja i obaveza datih tokom kampanje većem broju ljudi“ (W.H.Riker, 1962).

S gledišta teorije javnog izbora političari se dakle mogu zamisliti kao racionalni ljudi koji maksimiziraju glasove, osiguravajući popularne opcije, čime udovoljavaju preferencijama birača.

3. Uticaj ideologije stranaka na javni izbor

Videli smo da u racionalno organizovanoj državi stranke su neophodno potrebno sredstvo vršenja vlasti naroda, vlasti zajednice, njene volje, njenog ustava i prava. One su neophodno sredstvo ostvarivanja onoga što se, u srpskom jeziku, naziva narodnovlašće. Zato političke stranke uvek sebi svesno postavljaju određene ciljeve, i u tome se rukovode u svom delanju, njihove pobude, želje i namere predstavljaju subjektivnu, svesnu, komponentu političkog procesa. Zajedničko političko ubeđenje, zajednička doktrina, što će reći zajednička ideologija, izuzetno je bitan konstitutivni element postojanja političke partije.

Ali, kroz istoriju i od iskona se pokazalo da kod ljudi i političkih stranaka postoji nesigurnost u ishod nekih političkih i državnih poduhvata, ciljeva i želja. Neizvestan ishod političkog procesa, verovatnoća i neverovatnoća, jednako je veća ili manja, rezultira činjenice da su mnoge okolnosti u kojima se proces inicira, a pogotovo sve one strane tih okolnosti u kojima će se on odvijati su skrivene. One se mogu samo pretpostavljati, može se samo računati na njihovu snagu i značaj, da će to sve menjati, ali koliko, to se ne može predvideti.

Zbog tih, a i nekih drugih razloga, uočava se, pa može se reći, pravilo kako su političari ideološki indiferentni i da u svojim aktivnostima preduzimaju korake kojima mogu ostvariti vlast. I političke partije ne vode računa o najboljim, već o najatraktivnijim programima, ne o realnim, već o poželjnim pitanjima. Posebno se to može uočiti i predizbornim aktivnostima kad se programi čine fleksibilnim kompleksom pitanja i odgovora na aktuelne izazove. A izuzetno dobro je to objasnio A. Downs: „Stranke formulišu politiku kako bi pobedile na izborima, a ne pobeđuju na izborima kako bi formulisale politiku“ (Downs, 1957: 28).

Predstavnici razumnog izbora (Rational choice) po tom pitanju, u današnjim okolnostima, imaju pristup da je prevashodni cilj partija u maksimalizovanju glasova na izborima i učešća u vlasti. Prilagođavanje uslovima osvajanja što više vlasti, smatra se jednim od glavnih pokretača transformacije stranaka, pri čemu one postaju mašine za osvajanje vlasti. Težnja za vlašću ima primat nad ostvarivanjem programa. U osnovi stranačkih transformacija stoji obmana, a pitanje koje se samim tim nameće je u kojoj meri se birači mogu obmanuti ili obmanjivati – kratkoročno i dugoročno. Sartori koristi reči V.O. Keya kada opisuje ovaj momenat: „Ako političari i smatraju da će birači zasigurno reagirati na besmislice, ponudit će im besmislice. Ako vide da su najprihvatljiviji na lažna obećanja, obmanut će ih“ (Sartori, 2002: 286).

Birači koji daju svoj glas za određenu političku stranku su „racionalne neznalice“, kako to kaže Downs, dok Tulolock, proučavajući posledice političkog neznanja, smatra da su birači slabo obavješteni o pitanjima o kojima se raspravlja tokom izborne kampanje. On upoređuje

moć građanina u izboru proizvoda u trgovini s njegovom moći pri izboru političkih kandidata. U trgovini će kupcu i te kako koristiti ako je dobro obavješten o onome što želi kupiti. Vreme koje utroši dok se informiše o vrsti i kvalitetu dostupnih artikala korisno je utrošeno. S glasačkim izborima nije tako. Moć pojedinca, kaže Tullock, „je tako mala da uprkos tome koliko dobro bio obavješten, njegov će uticaj na ishod ostati vrlo malen i verovatno beznačajan“ (Tullock, 1976: 14-25). Ipak, teoretičari razumnog izbora, a posebno Downs, ekonomski model demokratije zasnivaju na kategoriji „racionalnog“ ponašanja u politici. „Racionalno“ ponašanje birača, partije i vlade zasniva se na „aksiomu vlastitog interesa.“

Iako je i kod Sartorija demokratija zasnovana na konkurenciji partija, kao što se tržišna ekonomija zasniva na konkurenciji proizvođača, on vidi razliku u tome što u konkurenciji privrednih proizvođača potrošači imaju opipljivu robu koju mogu da procene, dok u konkurenciji političkih partija, dobra nisu opipljiva, niti se mogu odmah tražiti. Osim toga, privredna konkurencija podvrgnuta je zakonskoj kontroli, kako bi se suzbila i kaznila prevara u trgovini, dok „politička prevara“ ostaje legalno nekažnjena. „Trgovac koji prodaje lažne bisere, kao prave, ide u zatvor, a političar koji prodaje dim (i sve ono što je nemerljivo – L.T.) često uspeva i da ga proda i, u svakom slučaju, ne ide u zatvor“ (Sartori, 2001: 121)

Iako su programi političkih partija u kampanjama fleksibilni kompleks pitanja i odgovora, pretpostavlja se da će političke partije slediti preferencije birača i očekuje se da svoje izborne programe i obećanja realizuju u okviru politike vlade. Sprovođenje obećanja zavisi od niza faktora, kao što su državni budžet, društveno i partijsko uređenje i sistem, nači organizovanja vlade da li je jednopartijska ili koaliciona, dužina mandata (od 3-5 godina) i sl. Kod praćenja realizacije datih obećanja vodi se računa: koji su i šta su prioriteti vlade; kakva je potrošnja i raspodela budžeta; kakav je procenat bruto nacionalnog proizvoda; vodi se računa o odnosu centralne vlade i poluautonomnih entiteta, država članica (u federalnim državama), lokalnih uprava (pokrajina, gradova, opština). Potrošnja novca je značajan elemenat javne potrošnje (Klingeman, Hofferbert Budge: 21).

Kao što se vidi, sprovođenje partijskih programa i datih obećanja u izbornim kampanjama nije tako lako, niti je jednostavno. Bez sumnje najveći previd koji znaju napraviti današnje političke stranke, kad se upuste u prekranje izborne volje birača, potiče od toga što one gube iz vida utilitarnu prirodu odnosa pojedinca i zajednice u društvu materijalističkog individualizma. Iz tog odnosa može doći do sudara stranke sa biračima i njenim članovima. Otuda stranke uvek imaju spoljašnju i unutrašnju opoziciju, bilo da su na vlasti ili ne. Spoljašnja je u nezadovoljnim biračima, a unutrašnja u čuvarima prošlosti iz sopstvenih redova. Obe traže isto – formulu srećnijeg života.

Literatura

1. Bently A., (1949): „The Process of Governement“, Ilionis
2. Buchanan J.M., Tullock G., (1962), The Calculus of Consent:logical Foundations of Constutional Democracy, Michigan University Press, Ann Arbor
3. Buchanan J., (1978), The Economics of Politics, IEA Reading 18, London
4. Buchanan, J.M., (1975), The limits of Liberty, University of Chicago Press
5. Downs A.,(1957), An Economic Theory of Democracy, Harper&Row, Bew York
6. Downs A. (1957), Au Economic Theory of Democracy, New York:Harper and Row
7. Jovanović Slobodan; (1990) O državi-osnovi jedne pravne teorije; sabrana dela, knjiga 8., BIGZ, Jugoslavijapublik, SKZ, Beograd
8. Kenneth G.J., (1996), Ekonomija u perspektivi, Krićka povijest, Mate, Zagreb
9. Klingeman H.D, Hofferbert I. R,Budge I., (1994), Parties, Policies, and Democracy, Westview Press, Boulder, San Francisko, Oxford
10. Laswell-Kaplan: „Power an society“ p. 169 – Radomir Lukić, Politićke stranke
11. McLean Iain, (1997), Uvod u javni izbor, Fakultet politićkih znanosti, Zagreb
12. McNair B., (2003.), Uvod u politićku komunikaciju, Politićka misao, Zagreb
13. Nassmacher K.H., (2001), Introduction:Politikal Parties-Funding and Democracy,London,Paperback
14. Reardon K.K., (1998) Interpersonalna komunikacija, Alinea, Zagreb
15. Riker W.H., (1962) The Theory of Political Coalitions, Yale University Press
16. Samuelson Paul i A. Nordhaus William, (1992) Ekonomija, XIV izdanje, Mate, Zagreb
17. Sartori Đ., (2002) Stranke i stranaćki sustavi, Politićka kultura, Zagreb
18. Sartori Đ., (2001), Demokratija – šta je to?, CID, Pogorica
19. Senior Martin Lipset (1972) Politićki ćovek, Prosveta, Beograd,
20. Tullock,G. (1976), The Vote Motuve, London
21. Veber Maks, (1976), Privreda i društvo,tom II, Prosveta, Beograd