

## ИЗБОРНИТЕ ВЕТУВАЊА И ПОСТИЗБОРНАТА РЕАЛНОСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: ИМПЛЕМЕНТИРАЊЕ НА ЈАВНИТЕ ПОЛИТИКИ СПОРЕД ИЗБОРНАТА ПОНУДА

**Апстракт:** Целта на овој труд е да се создаде корелациска анализа помеѓу изборните понуди и остварувањето на изборните ветувања на политичките партии односно коалиции, пред сè на оние кои имаат парламентарен статус и значително влијание во политичката арена, во процесот на одлучување и во процесот на креирање на јавните политики.

Од посебен интерес на трудот е да се утврди не само дали релацијата меѓу изборните понуди и изборните остварувања навистина е обратнопропорционална, туку и да се направи истражување за тоа колку е голем јазот помеѓу програмските понуди на главните политички субјекти во државата, наспроти нивниот реален капацитет за реализирање на истите откако ќе дојдат на власт.

Според тоа двете главни варијабли во хипотезата ќе бидат: *независната* - програмите на клучните политички актери учесници во последните неколку изборни циклуси и *зависната* - програмата на оние субјекти кои ја освоиле власта, разгледувана преку програмата на Владата.

За на крај преку компаративна анализа да се дојде до утврдување на хипотезата дека постои јаз помеѓу изборните ветувања и постизборната пракса.

**Клучни зборови:** *политичка понуда, изборна кампања, изборни програми, политички партии, недиференцијални политики*

Маја STOJANOVA

## ELECTORAL PROMISES AND POSTELECTORAL REALITY IN REPUBLIC OF MACEDONIA: IMPLEMENTING PUBLIC POLICIES ACCORDING TO THE ELECTORAL OFFER

**Abstract:** The aim of this paper is to provide a correlation analysis between electoral offer and electoral promises realization of political parties and coalitions, primarily of those with parliamentary status and significant influence in the political arena, in decision-making and in the process of creating public policies.

---

<sup>1)</sup> Трет циклус студии: докторанд на Катедрата за политички науки, Правен факултет „Јустинијан Први“ - Скопје

In particular interest of the paper is not only to determine is really inversely proportional the relationship between electoral offers and electoral accomplishment, but also to create a credible research of how big is the gap between the programm offers of the main political parties in the country, versus their real capacity for realizing them after gaining power.

Thus, the hypothesis states a presumed relationship between two variables: independent- programs of key political participants on recent elections and dependent- program of the ruling coalition, viewed through the government program.

Finally, the ultimate goal is to confirm the hypothesis that there is a gap between election promises and post electoral practice.

**Key words:** *political offer, election campaign, election program, political parties, nondifferential policies*

### Вовед

Франк Фуреди во едно од поглавјата на својата книга „Политика на стравот“ ќе каже: „Политиката остана без текст. Јавните личности тешко дека веќе се грижат за јазикот на политиката. Наместо на луѓето да им се обраќаат со своите уверувања или доктрини, тие дури и скромно зборуваат на одредени теми и за проекти“ (Furedi, 2008).

Ако порано на кампањите се збореше за идеи и визија, денес политичкиот вокабулар се топи во безначајноста на имање алтернатива и наместо да претставува натпревар меѓу идеи и концепти, конкретни решенија и проекти со кои ќе се подобри животот на граѓаните, истата претставува битка за враќање на довербата кај граѓаните.

Токму така. Граѓаните денес сè повеќе губат верба во политичарите и во нивните изборни ветувања и наместо активно да се вклучат во политичкиот живот тие се дистанцираат од политиката и се повлекуваат од јавниот живот. Едноставно, сè помал број на луѓе веруваат дека одредени политички понуди ќе им го подобрат животот. За сметка на тоа сè повеќе веруваат дека политиката ги контролира нивните животи и ги одредува нивните судбини. Доказ за тоа е фактот што сè поголем број на луѓе се исселуваат од државата, не гледајќи алтернатива тука (Статистички податоци на доселени и отселени според Државниот завод за статистика на Република Македонија, 2016).

Причината за таа недоверба и за повлекување од активниот политички живот освен во неподобрувањето на животниот стандард, може да се лоцира и во недостатокот од конкретни и јасно дефинирани јавни политики, кои би придонеле за подобрување на условите за живот.

Фуреди е во право кога тврди дека политиката остана без текст и дека истата е исцрпена, мислејќи на тоа дека се нема соодветна понуда и избор меѓу алтернативи.

Наместо да се презентираат реално остварливи проекти, политичарите се занимаваат со празна реторика и со микрополитика. Партиите не само што не се трудат да понудат добри програми, туку и не се придржуваат кон своите ветувања. Примарната цел им е само да ги натераат граѓаните да гласаат за нив и да ги добијат изборите. Наспроти ова се чини дека политичко-економската состојба што ја зафати не само Република Македонија, туку и цела Европа доведе до бришење на идеолошките разлики помеѓу левицата и десницата. Во тој контекст често може да се види како десно ориентираните партии нудат леви политики, и обратно (Нова Македонија, 2013). Во таков случај електоратот честопати е збунет. Тој не знае кои се разликите меѓу политичките опоненти, откако тие ќе ги измешаат своите идеолошки позиции. Покрај немањето на реална политичка алтернатива и дезориентираност на идеолошките позиции, друга проблематика која се јавува е тоа што гласачкото тело е свесно дека политичките актери не даваат никакви гаранции дека ќе ги исполнат своите изборни ветувања.

Денес, не постои т.н општествен договор помеѓу народот и оние кои се на власт, како хипотетички договор во кој се дефинирани правата и должностите на секоја од страните. За разлика од таквата организација, карактеристична за XVII и XVIII век, денешните општества се организирани на неконвенционален начин, односно на начин каде што политичката понуда се креира по автоматизам, врз база на политичката побарувачка, а не според однапред утврдени правила и обврски.

Сепак тоа не значи дека непостоењето на општествен договор ги ослободува политичарите од обврската да понудат решенија за актуелните општествени проблеми. Тие се свесни дека треба да ги исполнат своите изборни ветувања, но тие секогаш доволно не ги разбираат потребите на граѓаните, па поради тоа во постизборниот период, како креатори на политиките се соочуваат со проблемот да не ги исполнуваат изборните ветувања. Со други зборови, сè додека тие се неподготвени да се соочат со барањата на општеството, сè дотогаш ќе се продлабочува јазот помеѓу предизборната понуда и постизборната реализација. На кој начин ќе се случува тоа останува да погледнеме понатаму, преку конкретни примери кои се предмет на анализа на овој труд.

### **Методи на работа**

Методолошки, трудот се заснова на сегментарна анализа на оние подрачја кои се релевантни за дискусија и тоа: континуирано следење на изборните кампањи, издвојување на главните приоритети и проекти кои ги пласираат партиите, анализа на тоа колку тие проекти се реално остварливи, анализа на програмите на партиите учесници во изборниот процес и на крај анализа на програмата на Владата, односно на тоа колкав

е соодносот помеѓу ветувањата кои се дел од програмата на партијата или коалицијата која ја освоила власта и проектите кои се предвидени за реализирање во програмата на Владата.

Во анализата на главните програмски понуди ќе се тргне од три методолошки пристапи.

Прво, селекција на партиите (коалициите) кои ќе бидат дел од анализата.

Второ, интерпретација на клучните политички заложби и трето, селекција на само неколку изборни циклуси.

Поради достапноста на постоечки податоци основата на анализата на програмските одредници ќе ја сочинуваат програмите на двата најголеми политички коалициони блока, предводени од страна на ВМРО ДПМНЕ и СДСМ. Секако, анализата не го спори постоењето на мноштвото помали политички субјекти, но за жал за истите не постојат пишани програми кои би можеле да се истражуваат. Тоа е така затоа што оние кои имаат побитно значење на политичката сцена, поактивно, а пред сè и поконтинуирано учество во политичките процеси се дел од коалициските блокови на двете најголеми партии во државата. Друга причина за ограничување на анализата е тоа што постојат и случаи каде што одредени политички групации се јавуваат како активни чинители само во предизборието и за време на кампањата, а потоа исчезнуваат од политичката арена.

За да се произведе уште попрецизна анализа, како единици на анализа од програмата ќе бидат издвоени три големи тематски сегменти: Проекти поврзани со државата и политичкиот систем (тука спаѓаат: реформите во јавната администрација, реформите во судството, борбата против корупцијата и организираниот криминал, меѓуетничките и меѓународните односи); проектите во делот на економските политики (мерки за надминување на економската криза и за подобрување на условите за живот од економски аспект, вработувања и инвестиции); и останати поважни предлог проекти.

Што се однесува пак на селекцијата на одредени изборни циклуси, за потребите на овој труд, истражувањето ќе се ограничи на анализа на ветувањата од последните две кампањи- локалните избори во 2013 година и парламентарните избори од 2014 година.

### **Теоретска и хипотетичко-аналитичка рамка**

Ако се сконцентрираме на она што е во фокусот на истражување на овој труд, тогаш теоретската поткрепа на истиот треба да се бара во природата на политичката понуда во Република Македонија. По логика на нештата таа, барем кај нас, се базира на феноменот за „популарни политичари“ кој според авторот на истоимената анализа се јавува во две варијанти: (1) политичари кои ја користат својата популарност за да се

наметнат кај гласачкото тело; (2) користењето на таквата популарност за да се влијае врз јавното мислење (Street, 2004). И двете варијанти се заемно поврзани, а како такви директно влијаат врз природата на политичката понуда.

Ваквите тези секако се карактеристични и кај нас, но она со што мора да се дополни теоретската рамка е тоа што кај нас влијание врз природата на политичката понуда имаат и партиите и личноста претендент за одредена функција. Разликата кога преовладува едното или другото влијание зависи од типот на изборните процеси. Вообичаено преовладува партиското влијание. Истражувањата покажуваат дека без оглед на политичката понуда и популарноста на одреден кандидат граѓаните гласаат повеќе за политичката партија што ја преферираат. Честопати и да не ја гледаат популарноста и квалитетот на понудениот кандидат.

Праксата барем досега покажува дека гласањето за кандидат е покарактеристично на избори кога се гласа за индивидуален кандидат, како што се локалните (при изборот на градоначалник) и претседателските избори. Таков беше случајот со локалните избори во Центар во 2013 година. Кандидатот за градоначалник Андреј Жерновски оствари изборна победа во сите три круга и покрај тоа што не припаѓаше на ниту една од двете политички партии кои го заземаат поголемиот дел од популаритетот и симпатиите. Голем број од гласовите кои се впишаа на контото на Андреј Жерновски, се пример како понекогаш се гласа за личност без оглед на партијата (Според завршната анкета на МЦМС и ИДСЦС за локалните избори 2013 година. Само за илустрација, партијата на која ѝ припаѓа кандидатот не ужива голем рејтинг, во континуитет. Рејтингот на ЛДП според анкетите во тој период се движеше од минимум 0.1% до максимум 3%). Во случајов е аплицирана и хипотетичко-аналитичката рамка на Стрит како популарноста на политичарот ја детерминира природата на политичката понуда.

На истиот начин може да се толкува и наклонетоста кон лидерот. Идентификацијата на целокупното членство со ликот и делото на лидерот, исто така, влијае врз изборните аутпути. Притоа ако се вратиме на појдовната дилема на овој труд, може да констатираме дека идентификувањето со лидерот кај политичките партии - гиганти влијае не само врз изборните резултати, туку и врз целокупната политичка понуда. Токму лидерите на најголемите политички партии кај нас се фронтмените кои во најголем дел ја креираат политичката понуда.

Одредени автори укажуваат и на тоа дека врз политичката природа влијаат и референцијалните симболи, пред сè во делот кој се однесува на постизборната реализација. Еделман тоа го објаснува преку феноменот „политички спектакал“, според кој политичарите се тие кои ги креираат политичките конструкти и тие се оние кои ја одредуваат политичката симболика (Edelman, Murray, 1988).

За Крешимир Петковиќ, пак, сè се сведува на симболички циклус. Тоа значи дека политичката понуда во либералните демократии не нуди никакви битни разлики, односно диференцирана политика (Petković. Krešimir, 2009).

Анализирајќи ги конкретно парламентарните избори во Хрватска во 2007 година, тој доаѓа до заклучокот дека истото ова важи и за политичката побарувачка. Така граѓаните, т.е. гласачите сметаа дека учесниците на изборите не нудат политички пакети кои битно се разликуваат, па затоа тие честопати се исправени пред дилема за кого да гласаат (Petković. Krešimir, 2009).

Политичките партии учесници на изборите не само што не понудија политички пакети со уверливи разлики во контекст на диференцирани јавни политики, туку и тој недостаток во разлики меѓу политичките програми доведе до манипулација со симболите или со т.н. кондензациски симболи (Petković. Krešimir, 2009), како што ги нарекува Петковиќ, а се мисли на оние симболи кои се апстрактни (како што се: слобода, еднаквост, толеранција и сл.) и кои не можат јасно да се дешифрираат. Уште повеќе, тој предупредува дека дополнително отежнување е тоа што за таквите секој си има различно сфаќање, па така никој не знае за што точно се работи.

Во контекст на ова, што се однесува на Република Македонија истражувањето покажа дека политичките програми тешко оперираат со овој проблем. Не само што не ги појаснуваат доволно симболите, туку и дополнително ги манипулираат, па така честопати нашите политичари можеме да ги слушнеме како ни зборуваат за: економски просперитет, напредок, прогрес, инвестиции, без да понудат конкретна стратегија за тоа.

Друг феномен од поново време што се јавува кај нас е дезориентираноста во политичкиот спектар. Сè повеќе можеме да забележиме како политичката десница прокламира леви политики и обратно. Аналитичарите укажуваат дека причината за таквата изместеност на политичката понуда треба да се бара во битката за што поголем број на гласови, односно во битката да се придобијат гласачите на опонентот. Притоа тие предупредуваат дека партиите мора да ги имаат во предвид барањата на ЕУ и НАТО во поглед на пропишаните услови кои треба да ги исполнува една држава што сака да стане нивна членка. Оттука, на политичките партии им останува многу малку простор за да избираат дали ќе бидат лево или десно ориентирани. Секаде во светот е слична политичката понуда, не може да има драстични разлики од левичарска до десничарска партија, само нијанси се во прашање (Нова Македонија, 2013).

При обидот да го резимираме сето претходно кажано во контекст на политичката понуда на реални конкретни јавни политики ќе се соочиме со неисцрпна листа на истражувачки потпрашања: Кој е вистинскиот избор доколку програмските понуди се толку еднолични меѓу себе?; Како да ги разликуваме реалните политички понуди од нереалните?; Кој би бил подобар избор - популарен политичар или политичка програма со популарни политики? Овие прашања остануваат отворени. Истите можат да бидат одговорени само преку анализа на контекстот, платформите и исходите од конкретни изборни циклуси.

### **Парламентарни избори 2014 година - контекст, програми и исход**

Како што беше речено во воведното излагање анализата за потребите на овој труд ќе биде ограничена само на двата последни изборни циклуси - парламентарните избори од 2014 година и локалните избори од 2013 година.

Во фокусот на анализата на политичката понуда и побарувачка, пак, ќе бидат најглавните теми од кампањата, што предизвикало најголем интерес кај електоратот и, на крај, кои се остварените изборни ветувања, за врз база на тоа да може да се констатира дали навистина постои јаз меѓу политичките ветувања во предизборието и она што е реално остварено во постизборниот период.

Основните карактеристики кои како специфичност треба да се истакнат кога се во прашање парламентарните избори од 2014 година се следните: (1) *нивната кумулативна природа*: истовремено беа одржани и парламентарни и претседателски избори; (2) *времето на одржување*: се однесува на тоа дека се работи за редовни и за вонредни избори. Претседателските избори беа редовни, како избори кои се одржуваат на секоја петта година, додека парламентарните беа вонредни кои се распишаа на 6 март 2014 година, како резултат на (само)распуштање на парламентот по иницијатива на ДУИ, поради несогласувањата со својот коалиционен партнер во Владата, ВМРО ДПМНЕ, да номинираат заеднички кандидат за претседател на РМ.

**ВМРО ДПМНЕ**: ВМРО ДПМНЕ ја предводеше коалицијата „За подобра Македонија“, под слоганот „Има разлика. Ти можеш да ја препознаеш“. Партијата пред почетокот на изборната кампања на 16 март издаде и во јавноста презентираше „Отчет за сработеното на Владата на Република Македонија предводена од ВМРО ДПМНЕ и коалиционите партнери“ на 258 страници за работата во мандаот на последната влада („Отчет за сработеното на Владата на Република Македонија предводена од ВМРО ДПМНЕ и коалиционите партнери 2011- 2014“, 16 март 2014). Што се однесува, пак, на изборната кампања од 2014 година, владината коалиција влезе во изборна трка со програма насловена „Проверено,

проекти кои докажано се остваруваат“ („Проверено, проекти кои докажано се остваруваат“, 2014). Во неа на 384 страници беа наброени 2.046 проекти, опфатени во 11 поглавја од сите области, од кои како најбитни се издвојуваат: економија, реформа на јавната администрација, новитети во областа на инфраструктурата, енергетскиот сектор, туризмот, земјоделството, здравството и образованието („Проверено, проекти кои докажано се остваруваат“, 2014). Лидерот на партијата, Никола Груевски, заедно со останатите носители на кандидатските листи во своите јавни настапи низ цела Македонија истакнуваше дека главните приоритети на програмата се: зголемување на економскиот раст и на вработувањата, пораст на животниот стандард за граѓаните и подобар и квалитетен живот, бескомпромисна борба против корупцијата и криминалот и ефикасно спроведување на правото, одржување на добри меѓуетнички односи, еднаков третман на сите пред законот, инвестирање во образованието и информатичката технологија, интеграција на РМ во ЕУ и во НАТО.

Во таа насока, најважните цели на кои беше ветено дека ќе се посвети коалицијата во склоп на споменатите беа: отворање на нови работни места, унапредување на условите за водење бизнис за домашните и за странските инвеститори, изградба на нови автопати, регионални и локални патишта и нивна реконструкција, заштита и грижа за најранливите категории граѓани, развој на земјоделското производство преку субвенции, подобрување на квалитетот на образованието и здравството, реформи во судството, полицијата и јавната администрација („Проверено, проекти кои докажано се остваруваат“, 2014).

Доколку континуирано ја следиме програмската понуда на владината коалиција може да забележиме дека тие со секоја наредна програма го презентираат онаа што досега го понудиле со мали дополнувања кои и тие ги потврдија со насловот на една од програмите: Преродба во 100 чекори - надградена и проширена („Преродба во 100 чекори - надградена и проширена“, 2008).

**СДСМ:** СДСМ како клучен опозициски претендент за позицијата на власт, заедно со своите коалициони партнери, најави кампања под слоганот „Промени за нов почеток“, што беше и наслов на изборната програма од 100 страници. Главните три столбови кои се издвојуваа од оваа програма беа: (1) *Враќањето на средната класа*: што беше сет од економски и даночни мерки и политики за социјална заштита; („Промени за нов почеток- да ја вратиме следната класа“, 2014) (2) *Сакаме слобода*: кој опфаќаше мерки за унапредување на демократијата, владеење на правото и борбата против корупцијата; („Промени за нов почеток, 2014); (3) *Инвестираме во иднината*: мерки за развој на општеството, создавање



## Изборните ветувања и постизборната реалност во Република Македонија: Имплементирање на јавните политики според изборната понуда

---

на еднакви шанси за напредок на повеќе сфери: образование, култура, животна средина („Промени за нов почеток, 2014).

Иако потенциравме на почетокот дека анализата ќе ја редуцираме само на двата најголеми политички блока ќе ги спомнеме само накратко двата клучни албански актери.

Владината **ДУИ** водеше кампања со слоганот „Заедно подобри, заедно посилни, заедно во Европа“, за која објави и програма на 376 страници, со ист наслов како и слоганот (Заедно подобри, заедно посилни, заедно во Европа, 2014). Главни стожерни точки во програмата беа прашањата со етнички предзнак: целосно спроведување на Охридскиот Рамковен договор, правична застапеност на Албанците во државните институции, употреба на албанскиот јазик на цела територија на Република Македонија како втор државен јазик, барање за поставување на Албанците на високи функции, воведување на консензус при избор на претседател на државата.

**ДПА** настапи со слоганот „ДПА за слобода“. За разлика од останатите учесници на изборите, партијата не понуди изборна програма, туку платформа на 105 страници, со наслов „Платформа на ДПА за периодот 2014-2018“. Во неа се предвидуваше нов општествен договор наместо Рамковниот договор, федерализација и други економски мерки („Платформа на ДПА за периодот 2014- 2018“, 2014).

Врз основ на изложените главни постулати од изборните програми на клучните политички актери учесници на парламентарните избори 2014 година може да се извлече заклучок дека меѓу темите кои најмногу се експонираа беа подобрување на економската состојба, борба против корупцијата, отворање на нови работни места, владеење на правото, инвестиции и интеграција во ЕУ и НАТО.

Секако, ваквата понуда не е изненадување со оглед на тоа дека истата е рефлексивна на најкрупните проблеми во општеството во последните неколку години.

Прегледот на изборните програми и ветувања помеѓу другото упатува и на заклучокот дека генерално земено политичките партии не понудија доволно диференцијални политички понуди, ниту пак прецизни решенија за постоечките општествени проблеми. Исходот од кампањата последователно на ова е повторна победа на политиките кои ги понуди владејачката коалиција.

Гледано од оваа временска дистанца може да се забележи дека траекторијата по која се движи победничката коалиција и програмските определби не се менуваа значително од програма до програма, т.е од една до друга изборна кампања. Истата во некои сегменти само беше проширувана (особено во економскиот дел). Во контекст, пак на утврдувањето на јазот помеѓу политичката понуда на партијата на власт и нејзината постизборна реализација важно е да се издвојат неколку моменти.

Разгледувајќи ја програмата од оваа временска перспектива, по две години од последните избори, како политики кои владината коалиција ги ветуваше, а на чие реализирање најмногу се фокусира владата се: странските инвестиции, реформите во образованието и здравството, вклучување на што повеќе Албанци во државните институции, сетот од бенефиции за земјоделците, пензионерите и студентите, решенијата за намалување на невработеноста. Останатите политики и решенија кои нашироко беа елаборирани во програмата за мандатот 2014- 2018 речиси и да не се спомнуваат.

Друго прашање кое се наметнува е колку овие секојдневно најекспонирани политики реално се реализираат? Одговорот ќе се обидеме да го приложиме со факти.

Странските инвестиции се една од најзборуваниите владини политики. Особено реакција предизвикаа кај домашните инвеститори кои тврдат дека моделот кој е вака смислен е на нивна штета (ФАКТОР, 2015). Давањето на даночни олеснувања за странските инвеститори со што во првите пет години се ослободени од плаќање на придонеси е оптоварување плус на сметка на Буџетот, а на крај и на штета на државата затоа што истите честопати откако ќе ги искористат овие бенефити решаваат да си заминат од земјава (Известување за концентрација (предмет бр. 08- 161), 2014).

Како поткрепа на ова според податоците од најновото истражување на Центарот за економски анализи „Квантифицирање на ефектите од странските директни инвестиции“, вкупниот број на странски директни инвестиции во Македонија во периодот од 2003 до 2014 година е во пораст, но со предупредување дека **висината на уделот на инвестициите во слободните зони изнесува само од 20% до 30% на годишно ниво, што е премалку во споредба со директните субвенции и даночните олеснувања кои овие инвеститори ги добиваат од државата како државна помош (Центар за економски анализи [ЦЕА], 2016)**. Од реформите во образованието најактуелна беше мерката за воведување на екстерно тестирање за основците и учениците во средните училишта, на која мерка жестоко се спротивставија учениците со масовни протести низ државата минатата година. Тие не се согласуваа со проектот на Министерството за образование, тврдејќи дека тестирањето не е одраз на реалното знаење на учениците, а истовремено го анулира значењето и улогата на професорите во образовниот процес (Соопштение до јавноста од Средношколскиот пленум, 2015).

Субвенциите во областа на земјоделството и поволностите за пензионерите се исто така дискутабилни. Како и да се анализира исходот од овие избори ќе се забележи дека постои длабок јаз меѓу она што беше ветено во програмата на коалицијата на власт и она што е реално се остварило. Генералниот впечаток е дека гореспомнатите сфери и

## Изборните ветувања и постизборната реалност во Република Македонија: Имплементирање на јавните политики според изборната понуда

---

проектите кои се однесуваат на градежништвото и урбанизацијата, главно, на главниот град се единствените каде што владата не отстапува во реализацијата. Сепак, мора да се има предвид дека сè уште трае мандатот на оваа власт, особено што се знае дека датумот на претстојните вонредни избори сè уште не е официјално прецизиран.

### **Постизборна реализација - изборните ветувања наспроти изводливите политики од локалните избори во 2013 година**

Што се однесува на исходот од локалните избори во 2013 година во целост можеме да воочиме дека истите се одликуваат со премногу општи, декларативни изборни ветувања, главно во областите: комунални дејности, спорт и рекреација, култура, образование, информатичко-комуникациски технологии, локален економски развој (Совет за радиодифузија на Република Македонија, 4-24 март 2013).

Ако се споредат со постизборната реалност ќе се види голем јаз меѓу расположливата финансиската состојба на општините и проектите кои кандидатите ги форсираат. Со други зборови во изборните програми на кандидатите учесници на локалните избори често се среќаваат проекти кои е невозможно да се реализираат.

Причина за тоа не е само постоечката финансиска состојба на единиците на локалната самоуправа, туку и дополнителната отежнителна околност која се јавува кај некои од нив, финансиската презадолженост.

Кандидатите на најголемата владејачка партија кои се претставуваат преку слоганот „Избери дела. Македонија се сака со дела“ во глобала се залагаат за: локален економски развој, реконструкција на општинските училишта, изградба на спортски сали, подобрување на патната и комуналната инфраструктура, изградба на културни објекти, реконструкција на здравствените домови и подигнување на квалитетот на здравствените услуги („Нови дела за нов напредок, нови дела за подобра општина“, февруари 2013).

Опозиционата коалиција предводена од СДСМ ја презентираше својата програма под слоганот „Иднината сега! Време е!“ . Карактеристично за програмските определби на опозиционите кандидати претенденти за освојување на локалната власт беа: гасификација, реконструкција на нови градинки и училишта, реконструкција на постоечките фасади и нивна замена со енергетски ефикасни фасади.

Воочливо беше тоа што владината коалиција во својата изборна презентација отворено потенцираше да се изберат нејзините дела, затоа што само таа ветува и реализира реални проекти.

Од друга страна, опозиционата коалиција апелираше на овие избори да се гласа за промена на постоечкиот режим и со гласањето за опозицијата да се делегитимира актуелната власт.

Неколку клучни карактеристики се битни да се издвојат како главни одлики на овие избори: значителни концептуални разлики меѓу програмите на опонентите; апсолутна победа на партијата на власт; различен пристап кон граѓаните- владеачките кандидати на големи митинзи и мегаломански собири, опозицијата на непосредни средби со граѓани и секојдневни прес конференции сразмерно нејзината финансиска моќ во тој момент.

Пред, но и по објавувањето на резултатите од изборите, јасно беше дека ќе се повтори искуството од претходните изборни циклуси (Најголем број на градоначалници во двата круга освои ВМРО ДПМНЕ (56), потоа ДУИ (14), СДСМ (4), ДПА (2) и 2 независни кандидати (Институт за демократија [ИДСЦС], 2013).

Хипотетички гледано, анализата укажува на тоа дека голем дел од одлуката кој ќе биде дел од власта не ја детерминира само волјата на гласачите, туку и моќта на партиските олигархии и нивните покровители.

### **Резултати и дискусија**

Врз база на досега кажаното, а и врз оглед на фактот дека сè уште постојат огромни нерешени прашања кај нас, како што е недовршениот процес на реформи и тоа во клучните општествени сфери јавна администрација, судство, здравството и образованието и околноста поврзана со тоа дека ќе мораме да се усогласиме и со барањата кои ни ги наметнува кандидатскиот статус за членство во ЕУ, јасно е дека јазот меѓу изборните ветувања и реализацијата во постизборието со време сè повеќе ќе се продлабочува.

Резултатите од оваа анализа укажуваат дека освен споменатите постојат и дополнителни фактори кои влијаат на тој јаз: позадината на односите помеѓу владините партнери, степенот на соработка, односно судир меѓу нив, степенот на усогласеност на различните интереси (во смисла на тоа дали ќе бидат задоволени интересите и на двете страни и во која мера на некои од нив ќе им се даде приоритет), како и влијанијата детерминирани од поширокиот меѓународен контекст (Strom et al., 1994).

### **Заклучок**

Воопшто не е лесно ниту едноставно да се пресмета јазот меѓу изборните ветувања и изборната реализација, особено ако се има предвид искуството дека во повеќепартиски системи коалиционите партнери на преговори одлучуваат околу тоа што ќе добие приоритет како политичка понуда. Реално и да не се има баш предвид политичката побарувачка, иако според логичен след на околноста политичката понуда по автоматизам се креира врз база на политичката побарувачка. Праксата во Република Македонија покажува дека тоа е така само во одредени сегменти. Друго прашање се изборните комбинаторики поврзани со преговорите за

формирање на Владата. Притоа учинокот на реализација директно ќе зависи од соодносот на сили во владината коалиција, т.е. од заложбите на владините партнери. Во таков случај врз изборната реализација директно влијаат не само интересите на коалиционите партнери, туку и пошироко - на интересовните групи, внатрешните лоби групи и другите влијателни надворешни актери инволвирани во предизборниот процес. Во таква ситуација борбата меѓу програмските начела и ефектот од постизборната реализација го финализира прагот на остварените предизборни ветувања.

### Користена литература

Денковска, Александра. (4 октомври 2013). *Враќањето на социјалдемократската идеологија е погубно за СДСМ. Нова Македонија*. <http://daily.mk/makedonija/vrakjanjeto-na-socijaldemokratskata-ideologija-e-pogubno>

Edelman, Murray. (1988). *Constructing the Political Spectacle*. University of Chicago Press.

Завод за статистика на Република Македонија (2016). *Статистички податоци за население, доселени и отселени*. <http://www.stat.gov.mk/OblastOpsto.aspx?id=2>

Изборна програма на ВМРО ДПМНЕ за локални избори 2013-2017. (февруари 2013). Нови дела за нов напредок, нови дела за подобра општина. *Политики и визији за развојот на локалната самоуправа*, стр. 11-63.

Изборна програма на ВМРО ДПМНЕ за парламентарни избори 2014. (2014). *Проверено, проекти кои докажано се остваруваат*.

Институт за демократија „Societas Civilis“- Скопје (2013). *Прирачник за локални избори во Република Македонија*, 67.

Институт за политички истражувања (2013/ 2014). Архива на истражувања на јавното мислење во периодот околу изборите во 2013 и во 2014 година. <http://ipis.org.mk/istrazuvanja/>

Комисија за заштита на конкуренцијата (17 март 2014). *Известување за концентрација* (предмет бр. 08-161).

Македонски центар за меѓународна соработка; Институт за демократија „Societas Civilis“- Скопје. (март 2013). Граѓаните за изборите. *Завршна анкета за локалните избори 2013*, стр. 8.

*Отчет за сработеното на Владата на Република Македонија предводена од ВМРО ДПМНЕ и коалиционите партнери 2011- 2014* (16 март 2014).

Petković, Krešimir. (2009). *Simbolička nasuprot referencijskoj politici: neuspeh javnih politika na parlamentarnih izborima 2007*. Fakultet političkih znanosti, 66- 68.

Платформа на ДПА (2014). *Платформа на ДПА за периодот 2014-2018*.

Програма на ВМРО ДПМНЕ за преродба (2008). Преродба во 100 чекори надградена и проширена.

Програма на ДУИ. (2014). *Заедно подобри, заедно посилни, заедно во Европа.*

Програма на СДСМ. (2014). *Промени за нов почеток.*

Програма на СДСМ. (2014). *Промени за нов почеток - да ја вратиме средната класа, 11-12.*

Совет за радиодифузија на Република Македонија. (2013, март 4- 24). *Мојот избор: пресек на известувањето на медиумите по теми.*

Средношколски Пленум (2015). Соопштение до јавноста. Прочитано на 24 март 2016 година.<https://srednoskolskiplenium.wordpress.com/2015/01/26/%D1%81%D0%BE%D0%BE%D0%BF%D1%88%D1%82%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5/>

Street, John. (2004). Celebrity Politicians: Popular Culture and Political Representation. *British Journal of Politics & International Relations*, 6 (4), 435.

Strom, Kaare ., Budge, Ian ., & Laver, Michael. (1994). Constraints of Cabinet Formation in Parliamentary Democracies. *American Journal of Political Science*, 38 (2), 319.

ФАКТОР Портал ДОО. (2015, септември 10). Инвестиции: Да за странците, ама Македонија ги дискриминира домашните бизнисмени. Прочитано на 24 март 2016 година.<http://faktor.mk/2015/09/10/investitsii-da-za-strantsite-ama-makedonija-gi-diskriminira-domashnite-biznismeni/>

Frank, Furedi. (2008). *Politika straha*. Izdanja Antibarbarus d.o.o ., Zagreb, Nova ves 4.

Центар за економски анализи (2016). „Квантифицирање на ефектите од странските директни инвестиции“. <http://cea.org.mk/category/istrzhuvana-i-publikatsii/>