
АНКСИОЗНОСТ У ДОБА ИЗБОРА: ИЗБОРНО ПОНАШАЊЕ ГЛАСАЧА У КОНТЕКСТУ РУСКО- УКРАЈИНСКОГ РАТА *

УДК 324:165.5(497.11)“2022“

DOI: <https://doi.org/10.22182/spm.specijal42022.13>

Оригинални научни рад

Никола Јовић**

Универзитет у Београду – Факултет
политичких наука

Ивана Јакшић***

Универзитет у Београду – Факултет
политичких наука

Милан Крстић****

Универзитет у Београду – Факултет
политичких наука

Сажетак

Предизборна кампања уочи избора 3. априла 2022. године одвијала се у специфичним условима. Свега девет дана након што је 15. фебруара 2022. године председник Републике Србије, Александар Вучић, расписао превремене парламентарне изборе, Руска федерација извршила је инвазију на Украјину. Рат

* Рад је настао у оквиру пројекта Политички идентитет Србије у регионалном и глобалном контексту (евиденциони број: 179076) који финансира Министарство просвете, науке и технолошког развоја Републике Србије.

** Имејл-адреса аутора: nikola.jovic@fpn.bg.ac.rs

*** Имејл-адреса ауторке: ivana.jaksic@fpn.bg.ac.rs

**** Имејл-адреса аутора: milan.krstic@fpn.bg.ac.rs

који је трајао је током читаве предизборне кампање, креирао је специфичан комуникациони изазов за политичке странке. Осим тога, рат је утицао и на гласаче, побуђујући анксиозност услед евентуалног преливања негативних последица рата (безбедносних, економских, политичких, емотивних) на Србију. У овом раду управо анализирамо утицај ратом индиковане анксиозности на изборно понашање гласача. Квантитативни истраживачки дизајн подразумевао је анализу истраживања јавног мњења спроведеног непосредно након одржаних избора. Упитник постизборне сондаже био је фокусиран на проверу две хипотезе о утицај анксиозности на изборно понашање: (1) преусмеравање пажње гласача са унутарполитичких на спољнополитичке теме; (2) промену преференција гласача када је у питању доношење одлуке за кога ће гласати на изборима.

Кључне речи: руско-украјински рат, анксиозност, изборно понашање, промена преференција

КОНТЕКСТ

Председнички, парламентарни, београдски и избори у неколико јединица локалне самоуправе одржани 3. априла 2022. године били су специфични из неколико разлога. Прво, услед бојкота парламентарних избора 2020. године од стране већег броја опозиционих странка (Демократска странка, Странка слободе и правде, Народна странка, Двери, Не давимо Београд), ово су били први избори после председничких избора 2017. године на којима су учествовали сви релевантни политички чиниоци. То је значило да су први пут на парламентарним изборима учествовала и два нова политичка актера, Странка слободе и правде и покрет Не давимо Београд. Оба актера су на изборе изашла у коалиционим блоковима. Странка слободе и правде је наступила у коалицији *Уједињени за победу Србије*, заједно са Народном странком, Демократском странком и Покретом слободних грађана, док је покрет Не давимо Београд наступио под окриљем коалиције *Морамо*, заједно са покретом Еколошки устанак и странком Заједно за Србију.

Друго, ови избори су се одржавали у контексту руске агресије на Украјину. Општи напад Руске Федерације на Украјину започет је 24. фебруара 2022. године, ни десет дана од расписивања избора у Србији. Уследила је брза реакција западних актера, пре свих Европске уније и Сједињених Америчких Држава, у виду различитих економских и дипломатских санкција против Москве. Москва и Запад су се нашле у својеврсном „прокси“ рату, а свет је дошао на најближу тачку за избијање глобалног сукоба још од краја Хладног рата. Оштра поларизација довела је и спољну политику Србије, већ дуго базирану на „мултивекторском“ принципу паралелног ослањања и на Запад (Брисел и Вашингтон) и на Москву и Пекинг, у неугодну ситуацију у којој се од ње очекује да јасније искаже свој став у вези са руско-украјинским ратом. Србија је од 2014. године и руске анексије Крима, па све до фебруара 2022. године избегавала да се изјасни у вези са акцијама Русије у Украјини, уз изузетак опште декларативне подршке територијалном интегритету Украјине. У датом периоду од 2014. године није било усаглашавања са мерама Европске уније против субјеката из Руске Федерације, упркос чињеници да је званично и даље тежила чланству у Европској унији (Nedeljković i Krstić 2018). Додатно, веома брзо након избијања сукоба изазови су долазили и за економску и енергетску политику Србије, због несигурности у могућност сигурне и повољне набавке енергената. Садејство ова три фактора (могућност глобалног конфликта, притисак на спољну политику Србије, економске и енергетске последице по Србију) довело је руско-украјински рат у апсолутни центар пажње медија у Србији у предизборном периоду и изазивало анксиозност код гласача.

Треће, управо је руско-украјински рат, заједно са укидањем Просторног плана „Јадар“, довео до склањања еколошких тема из комуникационог фокуса предизборне кампање. Месецима уочи избора еколошки активисти предвођени организацијом Крени-Промени и другим еколошким покретима вршили су притисак на власт да обустави пројекат ископавања литијума компаније Рио Тинто. Вишенедељни протести и блокаде аутопутева довели су власт Српске напредне странке и Социјалистичке партије Србије у дефанзивну позицију, што је резултирало укидањем Просторног плана „Јадар“. Управо овакво превентивно деловање власти имало је за циљ, између осталог, да еколошке теме избаци из фокуса изборне кампање, а на руку им је ишло и то што је руско-украјински рат све више преузимао пажњу гласача.

ИСТРАЖИВАЧКИ ПРОБЛЕМ

Главно истраживачко питање наше студије фокусира се на утицај ратом индуковане анксиозности на изборно понашање гласача, тачније на утицај анксиозности на промену преференција гласача и гласачку мотивацију. У овом случају, анксиозност се може третирати као инцидентална емоција која није имала везе са самим гласањем, односно, није сам процес гласања будио анксиозност, већ је она била „увезена“ у изборну мотивацију гласача из сукоба Русије и Украјине. Основна хипотеза на којој почива наш рад је да су анксиознији гласачи били склонији промени преференција, као и да изађу на изборе, него испитаници који су били мање анксиозни. Такође, у циљу тестирања потенцијалног психолошког механизма посредством ког повишена анксиозност утиче на гласачко понашање, а који укључује повишену потрагу за информацијама у циљу смањења анксиозности, анализирали смо медијаторски статус усмеравања пажње гласача са унутрашњих политичких тема на међународне теме, у вези између анксиозности и гласачког понашања.

Претходна истраживања показују да у временима кризе гласачи појачавају подршку странкама на власти и тренутним лидерима, а да током предизборних кампања са већом пажњом приступају политичким информацијама и у већем броју излазе на изборе. Претпоставља се да овим политичким понашањима управља осећање анксиозности узроковано опаженом кризом. Како би умањили непријатна осећања и припремили се за успешно ношење са антиципираном претњом, гласачи се окрећу опцијама које гарантују стабилност. Идентификовање таквих опција захтева пажљивије праћење и обраду политичких информација, након чега се одређивање врши на изборима (Marcus, Neuman and MacKuen 2000). Предизборна кампања за парламентарне изборе у Србији 2022. године одвијала се симултано са почетком међународне кризе изазване руско-украјинским ратом. Изборну победу однела је Српска напредна странка, која у континуитету врши власт у Србији од 2012. године. Током кампање, представници ове странке су учестало и интензивно упозоравали гласаче на потенцијалне негативне последице украјинске кризе по Србију, истовремено кроз слогане и предизборне спотове комуницирајући да је њихова странка гарант мира и стабилности. Стога ће у оквиру ове студије изборног понашања, спроведене непосредно након парламентарних избора, бити тестирана улога анксиозности као претпостављеног механизма у доношењу гласачких одлука у периодима кризе.

ТЕОРИЈСКИ ОКВИР И ПРЕГЛЕД ПРЕТХОДНИХ ИСТРАЖИВАЊА

Рад се ослања на когнитивни приступ емоцијама. Овај приступ је фокусиран на давање одговора на два кључна питања: (1) на који начин когнитивна обрада дешавања са којима долазимо у сусрет у нашем окружењу побуђује одређене емоције и (2) како те емоције потом утичу на наше фундаменталне когнитивне функције (Јовић 2020, 74). У том смислу, емоције су важне јер врше хијерархизацију наших преференција и усмеравају нашу пажњу на информације које су повезане са емоцијом којом поводом одређеног избора осећамо. Когнитивна теорија емоција подразумева да су емоције више од физиолошких реакција на подстицаје из околине, већ да су оне когнитивне евалуације и да „већина емоција комбинује процену, физиолошку промену, искуство, изражавање и акцију“ (Oatley and Johnson-Laird 2013, 1).

Теоријско-емпиријско оправдање за наш хипотетички став да су склонији мењању преференција били анксиознији гласачи налазимо у радовима Ерике Вотерс (*Erika Waters*). Полазећи од претпоставке да „свака емоција производи јединствени скуп дуготрајних когнитивних, физиолошких и бихевиоралних промена у понашању“ (Waters 2008, 587), анализирала је утицај неколико инциденталних емоција на одлучивање. Налази студије су показали да су анксиозни и уплашени доносиоци одлука „повезани са ниским степеном сигурности, ниским степеном контроле и високим нивоом непријатности“ (Waters 2008, 587). У том смислу, анксиозност подстиче несигурност у сопствене одлуке и последично може водити промени преференција, односно иницијалних одлука, као и већу инволвираност у циљу повратка контроле. Истраживање које смо спровели представља идеалан терен да овај експланаторни механизам из психологије применимо на изборно понашање гласача у условима анксиозности.

Са друге стране, питање измештања фокуса услед утицаја анксиозности анализирамо користећи експланаторни механизам који емоције третира као усмеритеље пажње (*emotion as spotlight*, Baron 1987). „Интензитет и врста емоционалних осећања могу служити доносиоцу одлука да усмери своју пажњу на одређене информације приликом доношења одлуке“ (Јовић 2019, 143-144). У случају понашања гласача током кампање (селектовање информација важних за доношење одлуке за кога ће гласати) и гласања (остајања при иницијалном избору или промена избора), емоције као усмеритељи

пажње нам могу објаснити како је анксиозност утицала на гласаче да своју пажњу више усмере на спољнополитичке теме и њихово потенцијално преливање на квалитет живота у Србији. Укратко, логика овог механизма претпоставља следећи психолошки монолози: *уколико сам анксиозан/на око нечега усмерићу своју пажњу ка релевантним информацијама и укључићу се у акције које ми могу помоћи у смањењу анксиозности.*

Традиционално, у области проучавања фактора гласачког понашања, емоције су разматране искључиво у терминима валенце. Сматрало се да гласачи гласају за кандидате према којима имају позитивне емоције, док своје гласове ускраћују кандидатима који изазивају негативне емоције. Почетком деведесетих година Маркус и Мек Куен указују да и у домену политичког одлучивања емоције гласачима служе као знатно софистицираније смернице од пуког допадања или недопадања (Marcus and MacKuen 1993). Две специфичне емоције, ентузијазам и анксиозност, имају посебну улогу у обликовању одговора на политичке догађаје и кандидате током избора. Ентузијазам у погледу одређеног кандидата или политике јавља се када гласачи опажају да постоји поклапање између њихових политичких ставова и порука и политика које комуницирају кандидати и кампање. Тако одређен, ентузијазам је снажан позитиван предиктор гласања. Анксиозност у погледу кандидата или политика јавља се када такво поклапање не постоји, или као одговор на претњу или новину. Анксиозност не предвиђа директно за кога ће се гласати, већ повећава потребу за трагањем за политичким информацијама и политичку партиципацију. Тако анксиозност стимулише интересовање за кандидате и кампању, као и политичку партиципацију.

Анализирајући податке из пет изборних циклуса у Сједињеним Америчким Државама у периоду од 1980. до 1996. године, Маркус и сарадници проналазе да су анксиозни гласачи били мање склони да се ослањају на партијску идентификацију приликом доношења гласачких одлука и знатно склонији да трагају и обрађују информације о личним квалитетима кандидата и њиховима погледима на важна политичка питања (Marcus et al. 2000). Да би анксиозност промовисала гласање за одређену опцију, она се мора односити на опцију са којом се гласачи идентификују. Ови аутори подсећају да је уобичајено осећати анксиозност у погледу кандидата и странака са којима се и иначе не идентификујемо. Осећање анксиозности повезано са кандидатом и/или странком са којом се идентификујемо постаје катализатор гласања, поврх страначке

идентификације, уколико кандидат или кампања понуде умирујуће поруке. Касније аутори показују да овај механизам функционише превасходно у условима изражене претње и када су политичке информације доступне, не и када је претња слаба, а информације недоступне (Redlawsk, Civettini and Lau 2007).

Знатан број радова испитивао је како се гласачко понашање одвија у условима повишене срединске претње, првенствено како анксиозност изазвана различитим кризама утиче на гласачко понашање. Ове студије извештавају о ефекту окупљања (*rally effect*), „прелету ка сигурности“ (*flight to safety*) и ефекту пружања подршке носиоцима власти (*incumbent effect*). У околностима које генеришу висок степен анксиозности, гласачи имају тенденцију да преферирају протективне политике (Albertson and Gadarian 2015), повећавају подршку мушким и конзервативним кандидатима (Holman, Merolla and Zechmeister 2016; Holman et al. 2019) и опцијама које су већ вршиле власт (Morgenstern and Zechmeister 2001). Федерални избори у Канади 2008. године одвијали су се у периоду у ком се светска економска криза рапидно погоршавала. Економски проблеми наметнули су се као кључна тема у предизборној кампањи, остављајући у сенци еколошки програм опозиције. Иако се мањи број гласача идентификовао са конзервативном странком које је била на власти, а њихов лидер није имао широко одобравање, обезбедио је својој партији победу јер је опажен као неко са „сигурних пар руку“, односно као гарант стабилности и сигурности (Clarke et al. 2011). Анализа изборних резултата у тридесетогодишњем периоду у Грчкој (1981-2009) указује на сличан ефекат окретања ка актуелним носиоцима власти у периодима економске кризе, са изузетком периода у којима је економска криза у најтежој фази када победу односи опозиција (Nezi 2012).

Ефекат окупљања гласача око кандидата који се опажају као гаранти континуитета и сигурности забележени су и на изборима који су се одвијали током изазовнијих фаза пандемије Ковид-19 на прелиминарним унутарстраначким изборима у Демократској странци у Сједињеним Америчким Државама 2020. године (процењује се да је Бајден остварио 7-15% подршке у односу на Сандерса услед овог ефекта) и у Француској на локалним изборима 2020. године (Bisbee and Honig 2021). Једна студија пронашла је повезаност између флукуација дневног броја новозаражених и подршке лидерима на власти у 11 земаља света (Yam et al. 2020). Крос-национална студија је испитивала ефекте анксиозности индуковане терористичким нападима током избора на излазност у 51 демократском систему

и пронашла позитивне и робустне ефекте (Robbins, Hunter and Murray 2013). Сличне ефекте има и анксиозност изазвана природним непогодама, о чему сведоче подаци о политичким последицама земљотреса у Непалу 2015. године (Boittin, Mo and Utych 2020).

Имајући у виду драматичне последице које анксиозност изазвана кризним ситуацијама може имати на политичке исходе у демократским друштвима, важно је разумети механизме који стоје у основи овог ефекта. Сумирајући важне увиде о утицају анксиозности на одлучивање, Лад и Ленц у својој студији истичу да „анксиозност утиче на одлуке гласача индиректно тако што наводи грађане да темељније траже и обрађују политичке информације“ (Ladd and Lenz 2008, 275). У случају Србије и избора 3. априла 2022. године одабрани теоријски оквир нам помаже да направимо модел анксиозног гласача који је: (1) своју пажњу током кампање усмерио на политичке информације које се више тичу спољнополитичких тема (пре свега, руско-украјинског рата); (2) склонији да потражује нове информације; (3) снажније мотивисан да изађе на изборе; (4) несигуран у свој иницијални избор за кога ће гласати.

МЕТОДОЛОГИЈА

Опис узорка. Укупно је испитано 917 испитаника, уз интервал поверења 3,2. Узорком је обухваћено 50,4% жена и 49,6% мушкараца. Укупно је испитано 24,3% испитаника из Војводине, 25,4% из Београдског региона, 26,9% из Западне и Централне Србије и 23,4% из Источне и Јужне Србије. Број анкетираних испитаника који живи у урбаним/градским срединама износи 51,7%, у приградским насељима 23,1%, а у селима 25,2%. Образовна структура узорковане популације одговара образовној структури популације грађана Србије према резултатима последњег пописа становништва. Анкетирано је 28,9% испитаника са највише завршеном основном школом, 50,6% са завршеном средњом школом, 5,6% са дипломом више школе и 14,9% факултетски образованих испитаника.

Упитник и инструменти. Анкетни упитник састојао се од 45 питања уз просечно трајање попуњавања од 16 минута. Упитник је садржао неколико батерија питања типичних за постизборне сондаже уз коришћење следећих инструмената: *War Anxiety (WAS)* којим су мерени физички симптоми анксиозности; *Persistent Thinking About War (WPTS)* којим је мерен степен руминације о рату. Варијабле *WAS* и *WPTS* изражене су у вредностима од 0 (без анксиозности/руминације) до 1 (највиши ниво анксиозности/руминације).

Процедура. Истраживање је спроведено у периоду од 21. до 30. априла 2022. године. Анкетирање су вршили студенти друге године Факултета политичких наука у оквиру предмета Методологија политиколошких истраживања са статистиком под менторством доц. др Николе Јовића. Прикупљање података вршено је комбиновањем онлајн анкетирања и анкетирања лицем у лице, уз двоструку стратификацију на основу региона и образовања. Након добијених података, узорак је било неопходно минимално пондерисати. Користили смо *multinomial proportion fitting through multilinear regression* процедуру за пондерисање и пратили добру методолошку праксу која налаже да се у свакој од таргетованих категорија нађе минимум 30 особа/опсервација. Такође, вредности пондера за сваког појединца у бази не прелазе испод 0.3 и преко 3.0, док разлике не прелазе +/- 5% од тражене расподеле.

НАЛАЗИ

Когнитивна обрада и емоционални доживљај руско-украјинског рата током предизборне кампање

Као што смо у уводном делу текста упутили, политички контекст током избора 3. априла 2022. године био је обележен руско-украјинским ратом. Та тема је дефинитивно била анксиозни катализатор код одређеног броја испитаника, што показује и графикон 1. Две теме које су највише побуђивале анксиозност и окупирале у највећој мери како когнитивни, тако и емоционални простор великог броја гласача у Србији, биле су директно повезане с потенцијалним негативним економским последицама руско-украјинског рата на Србију, поскупљењем основних животних намирница и енергената. Чак 60% испитаника је осећало страх, нервозу и анксиозност у вези са овим темама. Страх од преливања руско-украјинског рата на наш регион присутан је код трећине испитаника ове студије (35%).

Графикон 1. Колико су вам одређене теме током предизборне кампање будиле страх, нервозу или анксиозност?



Теоријски приступ који емоције дефинише као усмеритеље пажње, показује се веома корисним у случају тематског побуђивања анксиозности током кампање. Корелациона анализа показује да што је већи степен анксиозности поводом руско-украјинског рата и руминације о рату расте и страх да ће доћи до преливања руско-украјинског рата на наш регион ($r = .49-62$). Уколико посматрамо *Преливање руско-украјинског рата на наш регион* и *Поскупљење цена основних животних намирница као последица руско-украјинског рата* као две засебне варијабле, можемо видети да су поводом ове две теме статистички значајно више били анксиозни гласачи власти у односу на оба опозициона блока (грађански и десни) и апстиненте (*post hoc* тестови (LSD) значајни на нивоу $p < .01$; Табела 1).

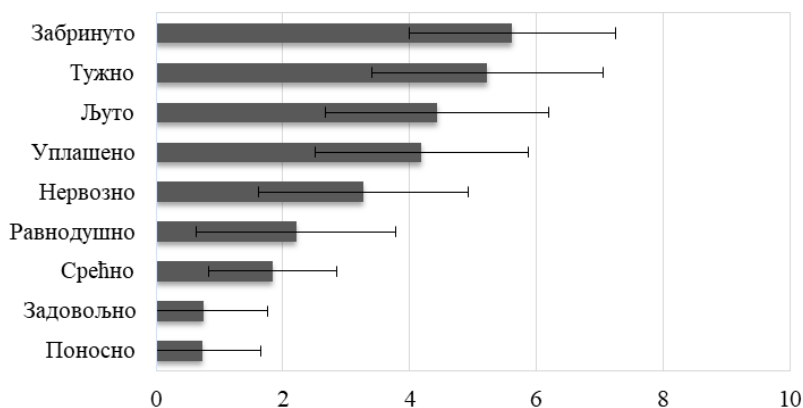
Табела 1. Теме које побуђују анксиозност и страначки блокови

	<i>Власт</i>	<i>Грађанска опозиција</i>	<i>Десна опозиција</i>	<i>Апстиненти</i>	<i>Тест значајности разлика (F(df), p) и снага ефекта (μ^2)</i>
	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	
1) Преливање руско-украјинског рата на наш регион	3.18 (1.51)	2.65 (1.48)	2.66 (1.51)	2.37 (1.40)	$F(3, 696) =$ 11.47 $p < .01$ $\mu^2 = 0.05$
2) Поскупљење цена основних животних намирница као последица руско- украјинског рата	4.10 (1.27)	3.70 (1.37)	3.62 (1.41)	3.28 (1.59)	$F(3, 703) =$ 13.97 $p < .01$ $\mu^2 = 0.06$

Појашњења: АС = аритметичке средина; СД = стандардна децијација; F = Фишеров коефицијент; μ^2 = квадрирани ета; Скала за одговоре: 1 (уопште није побуђивала анксиозност) - 5 (веома је побуђивала анксиозност)

Подаци добијени на основу самоизвештаја о различитим емоционалним реакцијама на рат у Украјини показују да је најзаступљенија емоција код испитаника поводом руско-украјинског рата забринутост, следи је туга умереног интензитета, а присутне су и блага љутња, страх и нервоза. Мали број испитаника је равнодушан, док срећа, задовољство и понос због сукоба готово да нису присутни. Испитаници су о емоцијама известили на скали од 0 до 10, при чему је 0 означавало одговор „уопште се не осећам тако“, 5 „умерено се осећам тако“, а 10 „у потпуности се осећам тако“, а просечни одговори су приказани на Графикону 2.

Графикон 2. Како се осећате поводом руско-украјинског рата
(просек на скали од 0 до 10)



Посматрајући само страх и забринутост као емотивне реакције на рат у Украјини, подаци показују да су ове две емоције биле најзаступљеније код гласача странака на власти (Табела 2). Анализирајући заступљеност емоције страха, видимо да просечна вредност код гласача власти износи 5.05, док код грађанске и десне опозиције износи 3.84. Једнофакторска анализа варијансе за непоновљена мерења (ANOVA) показује да постоји статистички значајна разлика у доживљају страха између гласача опозиције и гласача власти, али не и између гласача опозиције међусобно (*post hoc* тестови (LSD) значајни на нивоу $p < .01$). Када је у питању забринутост, тест значајности разлика (ANOVA) нам, такође, показује да постоји статистички значајна разлика између власти и опозиционих политичких блокова. Забринутост је највише заступљена код гласача власти, затим грађанске опозиције и потом код десне опозиције (*post hoc* тестови (LSD) значајни на нивоу $p < .01$). У тоталу, страх и забринутост су најмање били заступљени код апстинената.

Табела 2. Доживљај емоција страха и забринутости код страначких блокова

	<i>Власт</i>	<i>Грађанска опозиција</i>	<i>Десна опозиција</i>	<i>Апстиненти</i>	<i>Тест значајности разлика (F(df), p) и снага ефекта (μ^2)</i>
	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	<i>АС (СД)</i>	
Страх	5.05 (3.29)	3.84 (3.11)	3.84 (3.19)	3.79 (3.49)	$F(3, 697) =$ 8.04 $p < .01$ $\mu^2 = 0.03$
Забринутост	6.46 (3.04)	5.82 (3.31)	5.07 (3.33)	4.78 (3.39)	$F(3, 697) =$ 13.27 $p < .01$ $\mu^2 = 0.05$

Појашњења: АС = аритметичке средина; СД = стандардна децијација; F = Фишеров коефицијент; μ^2 = квадрирани ета; Скала за одговоре: 0 (уопште се нисам тако осећао/ла) - 10 (у потпуности сам се тако осећао/ла)

Оваква заступљеност емоција страха и забринутости, једним делом је и намеравана последица политичке кампање Српске напредне странке. Наиме, сваки трећи испитаник (35,3%) напомиње да је током изборне кампање имао осећај да Српска напредна странка својом комуникацијом покушава код њега да изазове анксиозност, забринутост или нервозу. Посматрано релационо, прва следећа странка за коју испитаници кажу да су осетили да покушава да побуди страх и забринутост код гласача, Уједињени за победу Србије, чинила је то три пута мање него Српска напредна странка (11,2%). У прилог томе, истраживање показује да чак 37,6% испитаника слоган Српске напредне странке *Мир. Стабилност. Вучић.* повезује директно са руско-украјинским ратом. Први следећи слоган који испитаници повезују са ратом Украјини процентуално је заступљен код 4,3% испитаника. Последишно, 42,6% од укупног броја испитаника истакло је Српску напредну странку као политичког актера који би могао најуспешније да се носи са кризом изазваном ратом у Украјини. Посматрано кроз партијске блокове, чак 97% гласача странака на власти сматра да би СНС и СПС могли најбоље да се носе са кризом изазваном ратом у Украјини. Када је реч о гласачима грађанске опозиције, њих 14,3% сматра да би најбоље са кризом могле да се носе странке које су тренутно на власти, док то

исто сматра сваки 5 гласач (20,4%) десно оријентисане опозиције ($\chi^2(3) = 290.83, p < .01$).

Емоционални доживљај руско-украјинског рата испитан је и применом скале ратне анксиозности (WAS, Surzykiewicz et al. 2022, 111697) и скале ратне руминације (WPTS, Surzykiewicz et al. 2022, 111697). Обе скале су високо поуздане ($\alpha_{WAS} = .92$; $\alpha_{WPTS} = .91$) и имају једнофакторску структуру. У Табели 3 приказани су дескриптивни показатељи за скорове на обе скале, односно индексе ратне анксиозности и ратне руминације. Између два индекса утврђена је умерено висока позитивна повезаност, што указује да се ради о два повезана, али различита конструкта ($r = .77, p < .01$).

Табела 3. Дескриптивни показатељи за индексе ратне анксиозности и ратне руминације

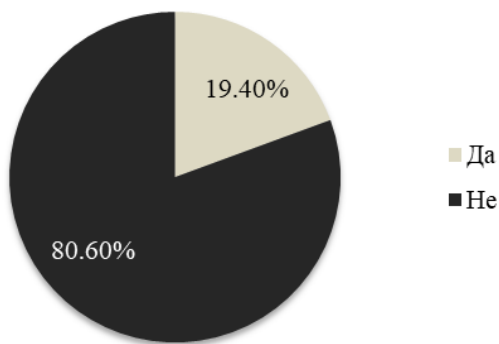
	<i>N</i>	<i>Распон</i>	<i>AC</i>	<i>CD</i>	<i>α</i>
Индекс ратне анксиозности	881	0-1	.36	0.20	.92
Индекс ратне руминације	861	0-1	.36	0.19	.91

Промена преференција гласача

Подаци из истраживања показују да је готово сваки пети гласач током кампање променио своју иницијалну одлуку за кога ће гласати (Графикон 3). Најмање су преференције мењали испитаници у старосној групи 65+, у којој је око 10% њих променило своју изборну одлуку. Највише склони мењају преференција су били испитаници из старосне групе 46-64 где је 24,1% испитаника променило странку за коју ће гласати. У остале две старосне групе (18-29; 30-45) учесталост промене изборних преференција износила је око 20% ($\chi^2(3) = 27.67, p < .01$). Када је реч о медијима, највише су склони промени преференција били гледаоци Б92 и Прве (25,6%), затим РТС-РТВ (22%), Н1-Нова С (21,7%) и на крају, најмање склони су били гледаоци телевизија Пинк-Нарру (11.1%)¹ ($\chi^2(8) = 101.39, p < .01$).

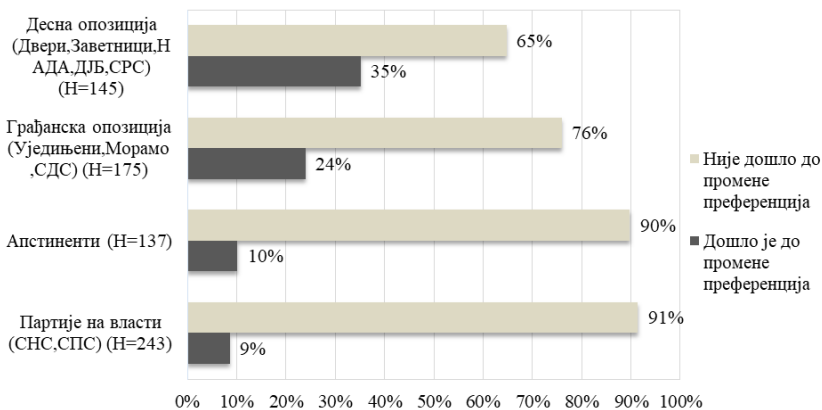
1 Од укупног броја испитаника који се информишу гледајући Пинк и Нарру 67% њих су гласачи Српске напредне странке, док 62,9% публике Нова С и Н1 чине гласачи грађанске опозиције.

Графикон 3. Да ли сте у току ове изборне кампање променили став за кога ћете гласати?



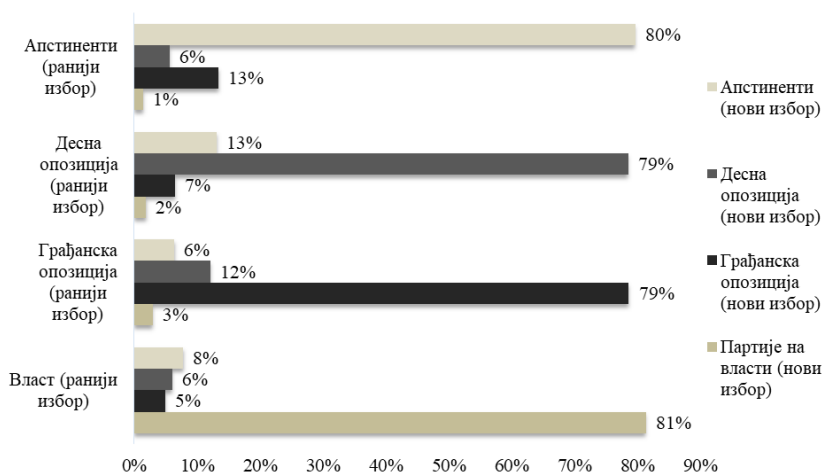
Посматрано кроз призму страначких блокова, можемо видети на графикону 4 да су најмање склони промени преференција били гласачи странака на власти. Гласачи Српске напредне странке и Социјалистичке партије Србије су скоро три пута мање од гласача грађанске опозиције били склони промени преференција и готово четири пута мање од гласача десне опозиције ($\chi^2(3) = 26.11, p < .01$).

Графикон 4. Страначки блокови и промена преференција



У упитнику смо испитаницима поставили и питање о њиховим преференцијалним навикама током претходних изборних циклуса, на основу чега смо могли да закључимо за кога су испитаници уобичајено гласали на изборима у скоријој прошлости. Тај податак нам је помогао да утврдимо да ли је дошло до значајног премештања гласача међу страначким блоковима. Подаци показују да је најмање промена било код гласача власти, затим код апстинената, док су грађанска и десна опозиција готово изједначене. Подаци показују да је код некадашњих гласача странака на власти највећа промена заправо одлазак у апстиненте, а не прелазак у неки други страначки табор. Код грађанске опозиције, највећа промена је прелазак дела гласача у групацију десне опозиције. Код десне опозиције, највећи број гласача је прешао у апстиненцију. Када се ради о „традиционалним“ апстинентима, највећи број њих се „активирао“ и гласао за грађанску опозицију (Графикон 5).

Графикон 5. Промена преференција између страначких блокова

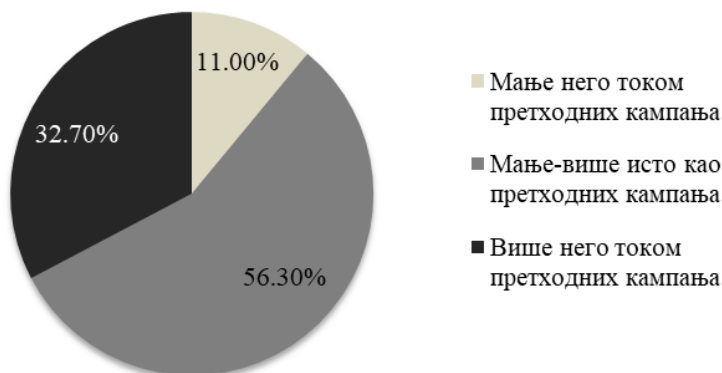


Фокус испитаника током кампање

Секундарни истраживачки циљ нашег рада био је фокусиран на пажњу коју су испитаници током изборне кампање усмерили на дешавања у међународним односима. Подаци из истраживања показују да је готово сваки трећи испитаник током ове изборне кампање више него иначе посвећивао пажњу међународним

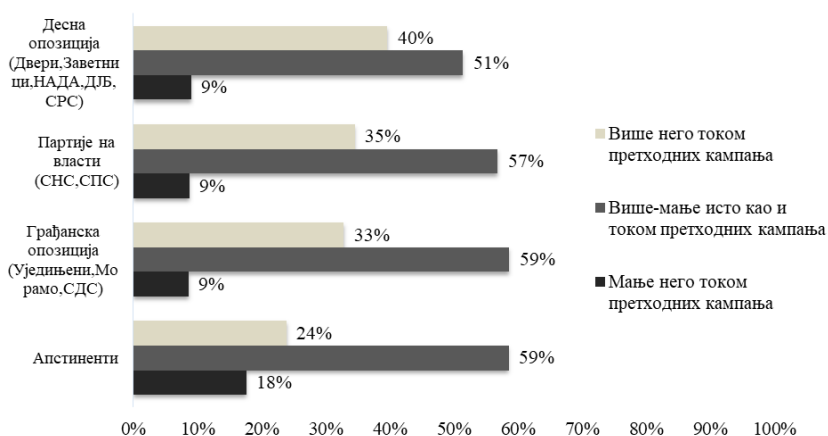
односима и спољнополитичким темама (Графикон 6). Ово је посебно било изражено међу старосном групом 18-29 година у којој је 40,9% испитаника било више него обично фокусирано на међународне односе. Затим следе старосне групе од 30-45 година (33,8%), 46-64 година (30,1%) и најмање заинтересовани за спољнополитичке теме су били испитаници из старосне групе 65+ (27,2%; $\chi^2 (3) = 20.08$, $p < .01$).

Графикон 6. Колико сте током ове кампање били фокусирани на међународне односе и дешавања у свету?



Када посматрамо политичке блокове, подаци показују да су најмање заинтересовани за међународне односе били апстиненти, док су највише били заинтересовани гласачи десне опозиције (Графикон 7). Гласачи грађанске опозиције и странака на власти показују веома сличан степен заинтересованости за спољнополитичке теме ($\chi^2 (3) = 19.73$, $p < .01$).

Графикон 7. Колико сте током ове кампање били фокусирани на међународне односе и дешавања у свету и страначки блокови



Налази показују да је један од предиктора веће усмерености на спољнополитичке теме управо анксиозност побуђена ратом у Украјини. Подаци показују да што су испитаници били више анксиозни поводом *Рата у Украјини, Преливања руско-украјинског рата на наши регион* и *Поскупљење основних животних намирница услед руско-украјинског рата*, то су више били заинтересовани за међународне односе (Табела 4). На том трагу, поређење уплашених и забринутих испитаника са равнодушним, показује како емоције као усмеритељи пажње обављају своју функцију (Табела 5).

Табела 4. Колико сте током ове кампање били фокусирани на међународне односе и дешавања у свету и Теме које побуђују анксиозност

Анксиозност изазвана:	Усмереност на међународне односе			Тест значајности разлика ($F(df)$, p) и снага ефекта (μ^2)
	Мање него током претходних кампања	Више-мање исто као током претходних кампања	Више него током претходних кампања	
	АС (СД)	АС (СД)	АС (СД)	
1) Ратом у Украјини	2.05 (1.24)	2.93 (1.37)	3.64 (1.28)	$F(2,754) = 48.48$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.11$

2) Преливањем руско-украјинског рата на наш регион	2.21 (1.49)	2.64 (1.47)	3.13 (1.50)	$F(2,753) = 13.57$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.03$
3) Поскупљењем цена основних животних намирница као последица руско-украјинског рата	3.15 (1.67)	3.67 (1.45)	3.89 (1.27)	$F(2,759) = 11.73$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.03$

Табела 5. Колико сте током ове кампање били фокусирани на међународне односе и дешавања у свету и Доминантне емоције које осећају поводом руско-украјинског рата

Интензитет осећања:	Усмереност на међународне односе			Тест значајности разлика ($F(df)$, p) и снага ефекта (μ^2)
	Мање него током претходних кампања	Више-мање исто као током претходних кампања	Више него током претходних кампања	
	АС (СД)	АС (СД)	АС (СД)	
1) Равнодушност	3.15 (3.99)	2.30 (3.18)	1.82 (2.73)	$F(2,759) = 5.56$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.01$
2) Страх	3.18 (3.59)	3.94 (3.29)	4.70 (3.30)	$F(2,759) = 5.51$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.02$
3) Забринутост	4.12 (3.56)	5.51 (3.26)	6.14 (3.31)	$F(2,761) = 11.71$ $p < .01$ $\mu^2 = 0.03$

Анксиозност као фактор гласачког понашања

У циљу тестирања хипотезе о утицају анксиозности на гласачко понашање, извршене су прелиминарне корелационе анализе између индекса ратне анксиозности и ратне руминације и усмерености на међународне односе током предизборне кампање и

мотивације за излазак на изборе (Табела 6). Утврђене су врло ниске, али статистички значајне позитивне корелације између индекса ратне анксиозности и усмерености на међународне односе током предизборне кампање ($r = .14, p < .01$), као и мотивације за излазак на изборе ($r = .14, p < .01$). Особе које су осећале анксиозност у вези са руско-украјинским ратом, биле су нешто склоније да током предизборне кампање буду више него раније усмерене на међународне односе и имале су нешто већу мотивацију да изађу на изборе. И усмереност на међународне односе и мотивација за излазак на изборе су били повезани на сличан начин ($r = .15, p < .01$). Особе које су биле више усмерене на међународне односе током предизборне кампање за парламентарне изборе у односу на претходне кампање, биле су и нешто мотивисаније да изађу на изборе.

Табела 6. Повезаност индекса ратне анксиозности, ратне руминације, усмерености на међународне односе током предизборне кампање и мотивације за излазак на изборе

	2.	3.	4.
1. Индекс анксиозности	.74**	.14**	.14**
2. Индекс ратне руминације		.14**	.01**
3. Усмереност на међународне односе			.15**
4. Мотивација за излазак на изборе			

Легенда: ** = значајно на нивоу $p < .01$

Веза између индекса ратне анксиозности и ратне руминације и промене партијске преференције на изборима испитана је помоћу једнофакторске анализе варијансе за непоновљена мерења, при чему је промена преференције била фактор (два нивоа: да и не), док су индекси били зависне варијабле. Утврђене су статистички значајне разлике у оба индекса код особа које су промениле или нису промениле партијску преференцију на изборима. Особе које су промениле партијску преференцију имале су нешто виши индекс ратне анксиозности ($F(1.811) = 7.39, p < .01, d = 0.24$), као и ратне руминације ($F(1.792) = 5.70, p < .01, d = 0.21$).

Предиктивна моћ индекса ратне анксиозности и усмерености на међународне односе током предизборне кампање у односу на

два облика политичког понашања испитана је помоћу регресионих анализа. Примењена је мултипла линеарна регресија за предвиђање мотивације за излазак на изборе, као и бинарна логистичка регресија за предвиђање промене изборних преференција. Резултати показују да се мотивација за излазак на изборе може предвиђати помоћу ратне анксиозности ($\beta=0.13$, $t = 3.54$, $p < .01$) и усмерености на међународне односе током предизборне кампање² ($\beta = 0.14$, $t = 3.93$, $p < .01$), но реч је о скромним ефектима ($F(2,778) = 16.27$, $p < .01$, $R^2 = 0.04$). Ова два предиктора укупно објашњавају 4% варијансе у изборној мотивацији. И промена гласачких преференција може се предвиђати на основу истих предиктора (ратна анксиозност: $B = -0.89$, $S.E. = 0.42$, $p = .03$; усмереност на међународне односе: $B = -0.36$, $S.E. = 0.15$, $p = .01$), но са још скромнијом предиктивном моћи ($\chi^2(7) = 8.90$, $p = .26$, *Nagelkerke* $R^2 = 0.02$).

У циљу тестирања претпостављеног механизма посредством ког анксиозност утиче на гласачко понашање (повећану мотивацију за излазак на изборе и промену изборних преференција), а који укључује појачано трагање за политичким информацијама, спроведене су две медијационе анализе са индексом анксиозности као предиктором и повећаном усмереношћу на међународне односе као медијатором у обе, док је критеријумска варијабла у првој анализи била мотивација за излазак на изборе, а у другој промена изборне преференције (Табела 7). Прва медијациона анализа показала је да се на основу ратне анксиозности могу предвиђати и појачано информисање и појачана мотивација за излазак на изборе, као и да се на основу појачаног информисања може предвиђати мотивација. Утврђен је и статистички значајан медијаторски ефекат, па се тако 12,31% ефекта ратом изазване анксиозности на мотивацију за излазак на изборе остварује преко појачане потраге за политичким информацијама, односно појачаном усмереношћу на међународне односе током предизборне кампање. У другој медијационој анализи нису пронађени статистички значајни ефекти појачаног информисања на промену преференције, те нису пронађени ни медијаторски ефекти ове варијабле у вези између ратне анксиозности и промене гласачких преференција на изборима.

2 Находи показују да су особе које су током предизборне кампање биле усмереније на међународне односе, биле и нешто склоније да на изборима промене одлуку за кога ће гласати у односу на претходне изборе (Крамерово $V = .10$, $p = .02$).

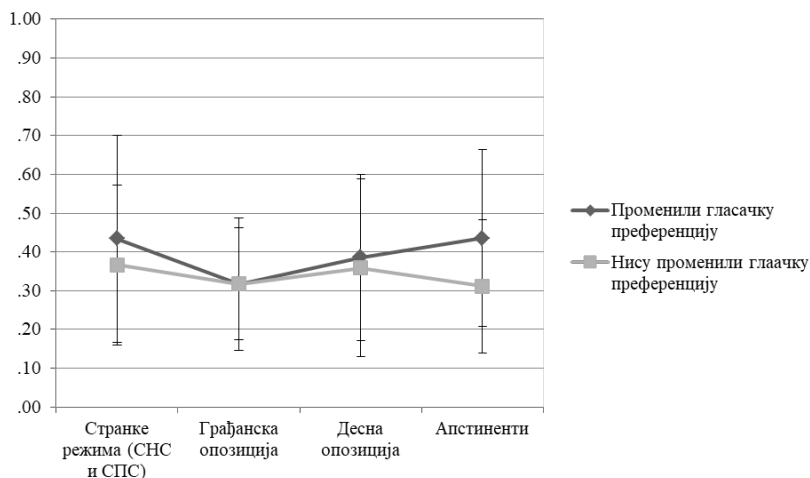
Табела 7. Параметри медијационих анализа у којима је тестиран медијаторски статус повећане усмерености на међународне односе током предизборне кампање у односу ратне анксиозности и гласачког понашања

Предиктор	Медијатор	Критеријум	$X \rightarrow M$	$M \rightarrow Y$	Тотални ефекат ($X \rightarrow Y$)	Директан ефекат ($X \rightarrow Y$) ¹	Индиректан ефекат ($XM \rightarrow Y$)
Индекс ратне анксиозности	Усмереност на међународне односе	Мотивација за излазак на изборе	0.36**	0.23**	0.65**	0.57**	0.08 (CI: 0.03 do 0.15)
	током кампање	Промена изборе преференције	0.39**	-0.24	/	-1.35**	-0.10 (CI: -0.26 do 0.24)

Како би утврдили на који начин је анксиозност изазвана руско-украјинским ратом повезана са опредељивањем за различите политичке опције на парламентарним изборима у Србији 2022. године, испитане су групне разлике у изражености ратне анксиозности код гласача различитих политичких опција, као и код гласача који су током предизборне кампање учврстили или променили изборне преференције. Примењена је двофакторска анализа варијансе за непоновљена мерења, где је први фактор била партијска преференција на парламентарним изборима (испитана на четири нивоа: 1. гласање за странке режима – СНС и СПС, 2. гласање за странке грађанске опозиције – Уједињена опозиција Србије, Морамо, СДС, 3. гласање за странке десне опозиције – Двери, Заветници, Нада, ДЈБ, СРС, 4. апстиненти), а други учвршћивање или промена страначке преференције (испитана на два нивоа: 1. током предизборне кампање промењена је страначка изборна преференција, 2. током предизборне кампање није промењена страначка изборна преференција), а зависна варијабла индекс ратне анксиозности. Утврђени су главни ефекти оба фактора, али не и њихова интеракција. Гласачи различитих опција показују различите степене анксиозности ($F(3.639) = 2.59, p = .05, \eta^2 = 0.01$), а *post hoc* тестови откривају статистички значајне разлике између гласача режима и десне опозиције који показују нешто више степене ратне анксиозности од гласача грађанске опозиције и апстинената (разлике значајне на нивоу .05). Главни ефекат промене преференције показује да су гласачи који су током предизборне кампање показивали виши

степен анксиозности од гласача који нису променили преференцију ($F(3.639) = 5.47, p = .02, \eta^2 = 0.01$). Ове разлике су графички приказане на графикону 8. Иако графикон указује на повишену анксиозност код гласача који су током кампање променили гласачку преференцију и одлучили да свој глас поклоне режимским странкама или странкама десне опозиције, те разлике нису досегле статистичку значајност. Једина статистички значајна разлика утврђена је између апстинената који су учврстили или променили своју одлуку, односно између оних који су и раније били апстиненти и оних који су на овим изборима одлучили да не изађу на изборе. Особе које су постале апстиненти тек на овим изборима имале су виши степен ратне анксиозности од особа које су и у претходним изборним циклусима биле апстиненти ($F(1.130) = 5.71, p = .02, \eta^2 = 0.04$).

Графикон 8. Разлике у изражености ратне анксиозности код гласача различитих политичких опција и гласача који су учврстили или променили партијску преференцију током предизборне кампање



ДИСКУСИЈА

Током предизборне кампање за парламентарне изборе 2022. године у Србији усмеравање пажње гласача на руско-украјински рат, и потенцијалну политичку и економску нестабилност изазвану ратом, није било препуштено спонтанитету индивидуалних политичких перцепција гласача, већ је од стране медија блиских

режиму тенденциозно представљано као тема број један изборне кампање. Владајућа странка изабрала је матрицу изборне пропаганде која је подразумевала истовремено побуђивање анксиозности код гласача и промовисање своје политичке странке као кључног фактора стабилности. У прилог томе говори и нетипичан маркетиншки избор да се у току саме кампање мењају започети правци комуникације и слогани. Српска напредна странка је отпочела кампању са прогресивним порукама и слоганима *Заједно можемо све* и *Једина граница су наши снови*, да би услед руско-украјинског рата носећи слоган променила у *Мир. Стабилност. Вучић*. Овај слоган је експлицитно реферисао на све већу анксиозност и страх код гласача од преливања евентуалних негативних последица руско-украјинског рата на Србију и промовисао лидера Српске напредне странке у гаранта мира и стабилности. Резултати избора су показали да је Српска напредна странка добро монетизовала дихотомију анксиозност/стабилност, а наше истраживање настојало је да испита механизме посредством којих је та монетизација остварена.

Заузимајући централну комуникациону позицију са темом кризе изазване руско-украјинским ратом, Српска напредна странка је могла монетизовати рат на два начина. Прво, фокусирањем на руско-украјински рат, тематски фокус је био измештен од питања која су током десет година режима Српске напредне странке и Социјалистичке партије Србије представљале кључне проблеме: непоштовање закона и устава, урушавање демократских институција, корупцијске афере, нарушавање животне средине и ограничавање слободе медија. Тачно је да су укидањем Просторног плана „Јадар“ еколошке теме изгубиле кампањску потентност, али су остале теме „преплављене“ управо руско-украјинским ратом. Дескриптивни подаци наше студије показују да је когнитивни фокус, односно пажња гласача била успешно дивергирана од готово свих других релевантних тема. Поскупљења есенцијалних намирница и енергената, као последица руско-украјинског рата, била је тема која окупирала највећи део менталног и емоционалног простора гласача током кампање: побудила је највише интересовања и изазвала највише негативних емоција. Да је реч о успешној дивергенцији, а не спонтаном процесу, сведочи податак да су страх од преливања руско-украјинског рата на домаћи регион, као и брига у вези са поскупљењима повезаним са ратом, били најизраженији код гласача странака режима. Додатно, трећина испитаника сложила се у процени да је СНС током кампање покушавао да изазове страх и бригу код грађана, а готово 40% је сагласно да је и сам слоган ове

странке највише повезан са ратом у Украјини.

Након што је пажња преусмерена на рат у Украјини, монетизација Српске напредне странке могла се одвијати експлоатацијом осећања анксиозности код бирача. Значајан корпус студија гласачког понашања указује да се у временима кризе гласачи окрећу конзервативним политичким опцијама или опцијама које су и пре избора вршиле власт. Уобичајена интерпретација је да бирачи настоје да умире анксиозност одређивањем за гаранте стабилности и сигурности. У прилогом томе стоји и податак да је 81,8% гласача Српске напредне странке гласало за ту странку јер је веровало да је она способна да обезбеди стабилност и напредак, док је 43% укупног узорка известило да СНС виде као странку која би најуспешније могла да се носи са кризом повезаном са руско-украјинским ратом. Но, истраживања утицаја анксиозности на изборно понашање извештавају и о комплекснијим психолошким механизмима које покреће осећање анксиозности (иако не и међусобно искључивих са претходно описаним ефектом) и управо су ти механизми били предмет анализе у овој студији. Теоријски модели претпостављају, а значајан број показује, да анксиозност код бирача доводи до повећане усмерености на политичке информације, као и појачане инволвираности у кампање и гласачки процес, а у циљу умирења анксиозности. У стању анксиозности, партијска преференција престаје да буде кључна детерминанта гласачког понашања, а гласачи су склонији колебању и промени преференција. Наша студија по први пут у локалном контексту тестира ове механизме и даје им емпиријску подршку. Гласачи који су се осећали анксиозније, били су нешто склонији да промене одлуку за кога ће гласати. Такође, ови гласачи су и нешто више били усмерени на праћење међународних односа током кампање у односу на претходне периоде. Ипак, реч је врло слабим ефектима, док у овом односу није потврђен медијаторски статус појачане потраге за информацијама. Додатно, приликом тумачења ових ефеката треба имати у виду да је и пре кампање велики део бирачког тела био одређен за СНС, те да је умирење анксиозности за ову групу заправо било учвршћивање преференција. Дескриптивни подаци сугеришу да је режимско бирачко тело углавном учврстило своје преференције. Мали део њихових бирача окренуо се ка странкама десне опозиције, што се може тумачити у складу са претходно описаним ефектом „окупљања“ око конзервативних опција. Десне опције привукле су и део бивших гласача опозиције.

Иако резултати претходних истраживања, којима се у извесној мери придружују и резултати наше студије, сугеришу да пристрасности у гласачком понашању које генерише анксиозност могу представљати озбиљну претњу за демократски процес, ово осећање истовремено промовише и већу инволвираност у политичке процесе и већу излазност на изборе. И наша студија проналази везу између анксиозности и изборне мотивације, а даје значајан допринос у разумевању механизма посредством којих се ова веза остварује. Појачана усмереност на информације (у нашој студији о међународним односима током кампање) има улогу медијатора у овој вези. Ипак, наши налази указују да се мора трагати и за другим варијаблама које објашњавају ову везу, будући да појачана усмереност на информације објаснила тек десетину ефекта анксиозности. Могуће је да уска операционализација ове варијабле такође ограничава детектовање снажније везе (за информацијама које би смањиле анксиозност могло се трагати и ван домена међународних односа). Такође, приликом тумачења односа анксиозности и појачане потребе за информисањем, треба имати у виду да између ова два конструкта постоје двосмерни утицаји: иако анксиозност појачава потрагу за информацијама, пријем нових, нарочито неповољних, информација може појачати анксиозност.

Налази нашег истраживања пружају допринос и дебатама које се у оквиру Спољнополитичке анализе воде о односу јавног мњења и спољне политике и њиховом међусобном утицају. Средином двадесетог века у оквиру такозваног „Алмон-Липмановог консензуса“, сматрало се да јавно мњење јако мало зна о спољној политици и да су мишљења грађана о овим темама врло промењива и краткотрајна (Almond 1950; Lippmann 1955). Но, крајем претходног века примат почињу да преузимају схватања да јавно мњење заправо има веома истанчане и чврсте ставове о спољној политици, што је тврдња у којој су предњачили Пејџ и Шапиро (Page and Shapiro 1992), а на коју се касније надовезао читав низ аутора и њихових студија (Rečević i Krstić 2019, 4). Данас постоје различите студије које се позиционирају између ова два супротстављена става и покушавају да контекстуализују заинтересованост гласачког тела за спољнополитичке теме у зависности од величине државе, постојања физичке претње, постојања сукоба у коме страдају њени становници, економских претњи, идентитетских фактора, стратешке културе и других варијабли које се разликују од контекста до контекста. Налази нашег истраживања показују да постоји очигледна заинтересованост грађана Србије за једну спољнополитичку тему као што је руско-

украјински рат, која је по важности превазишла остале унутрашње. Међутим, степен интересовања за последице руско-украјинског рата је у великој мери индукован анксиозношћу која постоји у вези са економским последицама које грађани Србије могу имати, као што су поскупљење намирница и цена енергената. Улога анксиозности као „моста“ између спољнополитичких тема и јавног мњења свакако би у будућим студијама могла бити додатно адресирана и проучена.

ЗАКЉУЧАК

Дескриптивни и инференцијални налази наше студије указују да је анксиозност повезана са руско-украјинским ратом била значајан фактор понашања гласача на парламентарним изборима 2022. године у Србији. Независно од страначког опредељења, први пут је у локалном контексту емпиријски потврђено да анксиозност индукована кризним ситуацијама повећава интересовање гласача за релевантне политичке информације, повећава вероватноћу промене гласачких преференција и промовише укљученост у изборни процес (излазност), као и окупљање око политичких опција које су гарант стабилности или нуде протективне политике сигурности (странке које су до избора вршиле власт и странке деснице). Но, ови ефекти нису препуштени спонтанитету политичко-психолошких процеса, већ су и успешно инструментализовани од стране Српске напредне странке. Симултано појачавајући анксиозност гласача и нудећи поруке умирења, ова странка је успела да дивергира пажњу гласача са других релевантних тема и на окупу одржи своје дотадашње бираче.

РЕФЕРЕНЦЕ

- Albertson, Bethany, and Shana Kushner Gadarian. 2015. *Anxious politics: Democratic citizenship in a threatening world*. Cambridge University Press.
- Almond, Gabriel A. 1950. *The American People and Foreign Policy*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Baron, Robert. 1987. "Interviewer's Moods and Reactions to Job Applicants: The Influence of Affective States on Applied Social Judgments." *Journal of Applied Social Psychology* 17 (10): 911-926. doi: 10.1111/j.1559-1816.1987.tb00298.x
- Boittin, Margaret, Cecilia Mo Hyunjung, and Stephen Utych. 2020. "Can natural disasters have a rally'round the flag effect? The political consequences of Nepal's 2015 earthquake." Working

- Paper 3. UC Berkeley, University of Colorado Boulder and Boise State University.
- Bisbee, James, and Dan Honig. 2022. "Flight to safety: COVID-induced changes in the intensity of status quo preference and voting behavior." *American Political Science Review* 116(1): 70-86. doi: 10.1111/j.1467-9221.2008.00626.x
- Holman, Mirya R., et al. 2019. "Terrorism, gender, and the 2016 US presidential election." *Electoral Studies* 61: 102033. doi: 10.1016/j.electstud.2019.03.009
- Holman, Mirya R., Jennifer L. Merolla, and Elizabeth J. Zechmeister. 2016. "Terrorist threat, male stereotypes, and candidate evaluations." *Political Research Quarterly* 69.1: 134-147. doi: 10.1177/1065912915624
- Jović, Nikola. 2019. „Racionalnost, emocije i afektivna revolucija: zašto su emocije zanemarene u politikološkim istraživanjima u Srbiji?“ *Srpska politička misao* 1 (63): 133-154. doi: 10.22182/spm.6312019.7.
- Jović, Nikola. 2020. „Uloga emocija u donošenju političkih odluka: kritika teorije racionalnog izbora“. Doktorska disertacija. Univerzitet u Beogradu: Fakultet političkih nauka.
- Ladd, Jonathan McDonald, and Gabriel Lenz. 2008. "Reassessing the role of anxiety in vote choice." *Political Psychology* 29 (2): 275–296. doi: 10.1111/j.1467-9221.2008.00626.x.
- Lehrer, Roni, et al. 2021. "Crisis leadership approval: the opposing effects of perceived threat and anxiety." Rad pod recenzijom preuzet sa: http://www.ronilehrer.com/docs/papers/crises_approval_fear_threat.pdf
- Lippmann, Walter. 1955. *Essays in the Public Philosophy*. Boston: Little, Brown.
- Marcus, George E., and Michael B. MacKuen. 1993. "Anxiety, enthusiasm, and the vote: The emotional underpinnings of learning and involvement during presidential campaigns." *American Political Science Review* 87 (3): 672-685. doi: 10.2307/2938743
- Marcus, George E., W. Russell Neuman, and Michael MacKuen. 2000. *Affective intelligence and political judgment*. University of Chicago Press.
- Morgenstern, S., & Zechmeister, E. 2001. "Better the devil you know than the saint you don't? Risk propensity and vote choice in Mexico." *Journal of Politics*, 63 (1): 93-119. doi: 10.1111/0022-3816.00060
- Nedeljković, Stevan i Milan Krstić. 2018. „Poglavlje 31: Postepeno (ne)usklađivanje“ U *Zbornik radova: Evropa za mene*, ur.

- Dragan R. Simić, Dejan Milenković i Dragan Živojinović, 651–69. Beograd: Univerzitet u Beogradu - Fakultet političkih nauka, Čigoja štampa.
- Nezi, Roula. 2012. "Economic voting under the economic crisis: Evidence from Greece." *Electoral studies* 31 (3): 498-505. doi: 10.1016/j.electstud.2012.02.007
- Oatley, Keith. and Phil Johnson-Laird. 2013. "Cognitive Approaches to Emotions." *Trends in Cognitive Science* (1280): 1-7. doi: 10.1016/j.tics.2013.12.004.
- Page, Benjamin and Robert Shapiro. 1992. *Education and Manipulation of Public Opinion. The Rational Public: Fifty Years of Trends in Americans' Policy Preferences*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Redlawsk, David, Andrew Civettini, and Richard Lau. 2007 "Affective intelligence and voting: Information processing and learning in a campaign." *The affect effect: Dynamics of emotion in political thinking and behavior*: 152-179. doi: 10.7208/chicago/9780226574431.003.0007
- Rečević, Tijana i Milan Krstić. 2019. „Svi na istoj strani? Kako spoljnopolitički odlučioi objašnjavaju vojnu neutralnost, a kako je građani shvataju.“ U *Saradnja Srbije sa evroatlantskom zajednicom*, ur. Stefan Surlić. Beograd: Univerzitet u Beogradu – Fakultet političkih nauka i Institut za evropske poslove.
- Robbins, J., Hunter, L., & Murray, G. R. 2013. "Voters versus terrorists: Analyzing the effect of terrorist events on voter turnout." *Journal of Peace Research*, 50 (4): 495-508. doi: 10.1177/0022343313479814
- Surzykiewicz, Janusz, et al. 2022. "Brief screening measures of mental health for war-related dysfunctional anxiety and negative persistent thinking." *Personality and Individual Differences* 195 (111697). doi: 10.1016/j.paid.2022.111697.
- Clarke, Harold D., Thomas J. Scotto, and Allan Kornberg. 2011. "Valence politics and economic crisis: Electoral choice in Canada 2008." *Electoral studies* 30 (3): 438-449. doi: 10.1016/j.electstud.2010.11.006
- Waters, Erika. 2008. "Feeling Good, Feeling Bad, and Feeling At-Risk: A Review of Incidental Affect's Influence on Likelihood Estimates of Health Hazards and Life Events." *Journal of Risk Research* 11 (5): 569–595. doi: 10.1080/13669870701715576.
- Yam, Kai Chi, et al. 2020. "The rise of COVID-19 cases is associated with support for world leaders." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 117 (41): 25429-25433. doi: 10.1073/pnas.2009252117

Nikola Jović*

University of Belgrade - Faculty of Political
Sciences

Ivana Jakšić**

University of Belgrade - Faculty of Political
Sciences

Milan Krstić***

University of Belgrade - Faculty of Political
Sciences

ANXIETY IN THE TIME OF ELECTIONS:
ELECTORAL BEHAVIOR OF
VOTERS IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-
UKRAINIAN WAR

Resume

The campaign for the 2022 elections in Serbia took place under specific circumstances. Just nine days after the President of the Republic of Serbia Aleksandar Vučić announced parliamentary elections on February 15, 2022, the Russian Federation invaded Ukraine. The war created a specific communication challenge for political parties. In addition, the war also affected the voters, causing anxiety due to the possibility of a spillover of negative consequences of the war (security, economic, political, and emotional) to Serbia. In this paper, we analyze the impact of war-induced anxiety on the electoral behavior of voters. The quantitative research design involved the analysis of a public opinion survey conducted immediately after the elections. The post-election survey questionnaire was focused on testing two hypotheses about the impact of anxiety on

* E-mail: nikola.jovic@fpn.bg.ac.rs

** E-mail: ivana.jaksic@fpn.bg.ac.rs

*** E-mail: milan.krstic@fpn.bg.ac.rs

voting behavior: (1) redirecting voters' attention from domestic to foreign political topics; (2) a change in voter preferences when it comes to deciding who to vote for in elections. The theoretical foundation of this paper is a cognitive approach to emotions. The descriptive and inferential findings of our study indicate that anxiety related to the Russian-Ukrainian war was a significant factor in voting behavior in the 2022 parliamentary elections in Serbia. Regardless of party affiliation, it was empirically confirmed for the first time in the Serbian local context that anxiety induced by crisis situations increases voters' interest in relevant political information, increases the probability of changing voting preferences, and promotes involvement in the electoral process (turnout), as well as gathering around political options that guarantee stability or offer protective security policies (parties that were in power until the election and right-wing parties). However, these effects were not left to the spontaneity of political-psychological processes but were also successfully instrumentalized by the Serbian Progressive Party. Simultaneously increasing the anxiety of the voters and offering messages of reassurance, this party managed to divert the attention of the voters from other relevant issues and to keep its former voters together. The findings of this analysis contribute to the open debates in the field of Elections and Voting Behavior, as well as in the field of Foreign Policy Analysis.

Keywords: Russia-Ukraine conflict, anxiety, electoral behaviour, change of preferences

* Овај рад је примљен 2. августа 2022. године, а прихваћен на састанку Редакције 15. септембра 2022. године.