

Siniša Atlagić

Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije

***teorijske kontroverze i problemi
empirijskog istraživanja***

Siniša Atlagić

**Partijska identifikacija
kao determinanta
izborne motivacije:
*teorijske kontroverze i problemi
empirijskog istraživanja***



Beograd
2007.

**Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije:
teorijske kontroverze i problemi empirijskog istraživanja**

Izdavači:

Friedrich Ebert Stiftung
Fakultet političkih nauka

Za izdavače:

Zoran Lutovac
Milan Podunavac

Urednik:

Zoran Lutovac

Lektura i korektura:

Maja Anđelković

Priprema

za štampu:

APP tim, Beograd

Štampa:

Libra, Beograd

Tiraž:

500

Beograd, 2007.

ISBN 978-86-83767-20-5

Sadržaj

Uvod	7
Identitet i Identifikacija u politici	11
Kratak istorijat diskursa o identitetu	11
Kako se formiraju personalni i grupni identitet(i)	14
Višestruki identiteti	15
Demokratski politički identitet	18
Determinante i na njima zasnovani modeli izbornog ponašanja	21
Modeli izbornog ponašanja zasnovani na posrednim determinantama izbornog ponašanja	22
<i>Socio-demografski model</i>	22
<i>Ekonomski model izbornog ponašanja</i>	26
<i>Psihološki model izbornog ponašanja</i>	28
Modeli izbornog ponašanja zasnovani na neposrednim determinantama izbornog ponašanja	28
<i>Stavovski model izbornog ponašanja</i>	28
<i>Socio-psihološki model izbornog ponašanja</i>	29
Partijska identifikacija kao determinanta izborne odluke	33
Različita shvatanja prirode partijske identifikacije - klasična shvatanja Campbella i saradnika i kritika njihovih shvatanja	34
Odnos partijske identifikacije i posrednih faktora izborne odluke	43
Socijalna utemeljenost partijske identifikacije	43
<i>Linije rascepa u društvu kao osnova profilisanja partija i partijskih preferencija birača</i>	45
<i>Slabljenje uticaja socijalnih rascepa na izbornu ponašanje</i>	48
Klasni rascep	48
Religijski rascep	50

Etnički i rasni rascep	52
Rascep na liniji urbano - ruralno	53
Rodni rascep	54
Rascep na liniji materijalizam - postmaterijalizam - osnova novog političkog rascepa	54
Odnos partijske identifikacije, imidža partija i kandidata i tema izbornih kampanja kao neposrednih faktora izbornog ponašanja	65
Smanjivanje obima i intenziteta i povećanje nestabilnosti identifikacije sa političkim partijama	65
<i>Partijska identifikacija je promenljiva?</i>	68
<i>Partijska identifikacija je postojana?</i>	81
<i>Teme koje se pokreću u izornoj kampanji kao neposredne determinante izborne odluke</i>	90
<i>Imidž kandidata i političkih partija kao neposredna determinanta izborne odluke</i>	97
Uloga medija u formiranju imidža kandidata i političkih partija	106
Poverenje birača u institucije političkog sistema kao faktor izborne odluke	108
Partijska identifikacija građana Srbije u periodu 1990-2005.	117
Istraživanje partijske identifikacije građana u postkomunističkim društvima	117
Istraživanje partijske identifikacije u Srbiji: elementi, odnosno indikatori partijske identifikacije	120
<i>Promene raširenosti partijske identifikacije u Srbiji</i>	125
<i>Promene intenziteta partijske identifikacije u Srbiji</i>	128
<i>Stabilnost partijske identifikacije u Srbiji</i>	130
<i>Identifikacija birača sa pojedinačnim političkim partijama u Srbiji</i>	132
Zaključak	141
Prilozi	149
Literatura	163

Uvod

Od polovine prošloga veka, kada je formulisan koncept i izvedeno prvo istraživanje, partijska identifikacija jedan je od političkih fenomena koji se najčešće istražuju. Ipak, razmatranje pitanja partijske identifikacije još uvek prate brojne teorijske kontroverze i još brojniji problemi empirijskog istraživanja pojave. Pojam partijske identifikacije ostao je nedovoljno precizno definisan, a time ostaje nedovoljno razumljiv i odnos partijske identifikacije i imidža partija i kandidata i tema koje se pokreću u izbornoj kampanji kao drugih dveju neposrednih determinanti izbornog ponašanja. Nejasan odnos između navedenih determinanti izborne odluke ne samo da otežava razumevanje njihovog uticaja na izbornu odluku birača, nego otežava i razumevanje da li i do koje mere imidž partija i kandidata i teme kampanje, pored niza drugih faktora, utiču na formiranje same identifikacije sa strankom. Ozbiljan problem u razumevanju značaja partijske identifikacije za izbornu odluku građana predstavlja izbor različitih i često nedovoljno diskriminativnih indikatora partijske identifikacije što doprinosi nedovoljnoj uporedivosti rezultata istraživanja, a time i empirijske provere utemeljenosti različitih teorijskih paradigmi.

Imajući u vidu pomenute probleme, *cilj ovog rada je da doprinese postavljanju adekvatnijeg teorijskog pristupa u istraživanju partijske identifikacije i njegovoj doslednijoj operacionalizaciji kroz sistem konzistentnih i dovoljno diskriminativnih indikatora*. Preciznije, biće učinjen pokušaj prezentovanja i kritičke valorizacije osnovnih teorijskih paradigmi o partijskoj identifikaciji. Cilj je, dalje, da se (re)definiše koncept partijske identifikacije što bi mogao da bude doprinos i potpunijem naučnom objašnjenju značaja partijske identifikacije kao neposredne determinante izbornog ponašanja, kao i njenog odnosa sa drugim neposrednim činiocima izborne odluke - imidžom partija i tema koje se pokreću u izbornim kampanjama. Konačno, cilj ovog rada je da reinterpretacijom raspoložive empirijske građe doprinese objašnjenju karakteristika partijske identifikacije na primeru političih stranaka u Srbiji od uvođenja višestranačkog sistema.

Osnovna hipoteza koja će u ovom radu biti proveravana jeste da je od formulisanja koncepta partijske identifikacije 50-ih godina pro-

šlog veka, značaj partijske identifikacije kao neposredne determinante izbornog ponašanja, iako nesporan, ipak precenjen u odnosu na uticaj koji na izbornu odluku glasača imaju drugi direktni, manje trajni činioci - imidž partije i teme koje se pokreću u izbornim kampanjama. U skladu sa prethodno pomenutim problemima u istraživanju partijske identifikacije u radu će biti proveravane i sledeće posebne hipoteze:

- 1) u literaturi su nedovoljno određeni pojam partijske identifikacije, elementi pojma i njegovi odnosi sa pojmovima koji se odnose na druge neposredne determinante izbornog ponašanja, što ima za posledicu različite pristupe u empirijskim istraživanjima partijske identifikacije, nedovoljno uporedive podatke i često proizvoljne interpretacije empirijskih nalaza;
- 2) partijska identifikacija određena je karakteristikama društva, partijskog i izbornog sistema, intenzitetom društvenih i političkih sukoba na osnovnim linijama rascepa, stabilnošću partijskog sistema i partijske scene i sl;
- 3) moguće je identifikovati dva generalna pristupa empirijskom istraživanju partijske identifikacije, koji koriste različite indikatore: jedan, koji polazi od partijske identifikacije kao najpouzdanijeg prediktora rezultata izbora, i drugi koji uzima partijsku identifikaciju kao nezavisnu varijablu koja najpotpunije objašnjava stavovske preferencije različitih grupa birača;
- 4) i pored toga što se u slučaju Srbije govori o tzv. zakasneloj tranziciji, karakteristike partijske identifikacije kao što su raširenost, intenzitet ili stabilnost partijske identifikacije u Srbiji u osnovi odgovaraju karakteristikama partijske identifikacije u drugim zemljama u tranziciji.

Rezultat ovog rada trebalo bi da bude ne samo produbljeniji uvid u ulogu partijske identifikacije za izorno opredeljivanje birača, već i razumevanje političkog identiteta kao šireg pojma čiji je partijska identifikacija najvažniji aspekt. Analiza fenomena partijske identifikacije kao komponente političkog identiteta doprinosi i analizi problema identifikacije u širem smislu, to jest odnosa individualnog i grupnog identiteta u savremenom društvu. Upravo stoga, prvo od četiri poglavlja ovog rada posvećeno je analizi pojmova identifikacije i identiteta u širem smislu, odnosno političkom identitetu. U drugom poglavlju biće predstavljeni najvažniji modeli izborne motivacije i determinante na kojima su oni zasnovani. Rasprava o partijskoj identifikaciji kao

neposrednoj determinanti izbornog ponašanja, njenim karakteristikama i odnosima sa drugim faktorima izborne odluke sadržaj je trećeg poglavlja. Konačno, u poslednjem delu rada analiziramo partijsku identifikaciju građana Srbije od uspostavljanja višestranačja do danas.

Identitet i identifikacija u politici

Kratak istorijat diskursa o pojmu identiteta

Dati odgovor na pitanje "Šta je identitet?", odnosno "Šta znači imati identitet?" podrazumeva da sa uspehom odgovorimo i na pitanja "Ko sam/smo ja/mi?", to jest "Ko je/su drugi?". Odgovoriti na ova pitanja znači umeti reći **gde**, odnosno **čemu pripadamo**. Ukoliko čovek nije u stanju da odgovori (i) na ovo, onda je bezimena jedinka i njegov je znak raspoznavanja lično ime koje ništa ne kazuje o njegovim karakternim crtama, sposobnostima, niti nam govori o tome gde taj pojedinac pripada u socijalnom i duhovnom smislu. Razmatranje problema identiteta treba da uzme u obzir činjenicu da je svaki pojedinac određen specifičnim socio-demografskim obeležjima (datum rođenja, školska sprema, bračno stanje i sl.), ali to nisu svojstva koja tu osobu čine, u izvesnom smislu, jedinstvenom i, pre svega, različitom od drugih. Dakle, može se govoriti o ljudima koji nemaju, tačnije rečeno, ne umeju da daju odgovor na pitanje "Ko sam ja?", odnosno, "Šta je to što me čini drugačijim/drugačijom od drugih?" Ovakve osobe, govorio je E. Fromm, umiru pre nego što su se kao ličnosti formirale (Golubović, 1999:6).

Pitanje pripadnosti u isto vreme je i pitanje **različitosti** u odnosu na druge. Svoju posebnost uvidećemo tek kada uporedimo sebe sa drugima. Upravo zbog toga važno je podsetiti se stava C. Kluckhohna i H. A. Murraya da je čovek kao biološka jedinka kao i svi drugi ljudi, da je kao društveno biće kao i neki drugi ljudi (dakle, ne svi - S.A.), a da je kao ličnost jedinstven (Stojković, 1993:18). "Ljudi", piše S. Hantington u delu *Sukob civilizacija i preoblikovanje svetskog poretka*, "svoj identitet određuju po onom što nisu" (1998:73). Ovakav stav, ipak, naglašava isključivo različitost i uputnije bi bilo reći da svoj identitet ljudi određuju **i po onom što nisu**. Jer, nakon što smo prepoznali kvalitet "drugosti" kao "individualnosti različite od svake druge individualnosti" (Golubović, 1999:6), važno je još jednom podvući

značaj činjenice da individua, koliko god drugačija od drugih, mora biti deo šire celine, deo šireg "Mi" unutar koga se osećamo kao kod kuće" (Hantington, 1998:42) u okviru koje joj je, u krajnjoj liniji, jedino moguć opstanak i upravo je to ono što, u širem smislu, podrazumevamo pod **pripadnošću**. Dakle, **pripadnost** i **"drugost"** principi su koji čine okosnicu pojma koji razmatramo. "Priroda identiteta je dijalektička i to se ogleda u činjenici da on (identitet - S.A.) *identifikuje i razlikuje*, jer jedna individua (ili ljudska grupa) jeste identična u odnosu na druge pojedince (ili grupe) samo ukoliko je različita od drugih pojedinaca (grupa)." (Stojković, 1993:25).

Poreklo termina identitet može se nazreti u latinskim rečima *idem* (isto) i *identidem* (ponovljeno), mada imenice *identitas* u antičkom latinskom nema. Naime, ova reč se u latinskom javlja kao prevod starogrčke, tačnije Aristotelove, kovanice *tautotes* (*autos* - sebe i sam), koja je korišćena u raspravama o prirodi svetog Trojstva.¹ U novovekovnoj filozofskoj misli, termin identitet upotrebiće D. Hume rekavši da je identitet svojstven svakom biću čije postojanje ima trajanje. Na istim osnovama razvijaće se, kasnije, individualno-psihološki pristup identitetu koje personalni identitet vidi kao jedinstvo ličnosti u toku određenog vremenskog trajanja. E. Gofman identitet određuje posredstvom njegovog odnosa sa drugima i tako prekoračuje prag koji je identitet određivao na nivou ličnosti pojedinaca. B. Stojković kaže da, budući da su Gofmanova istraživanja bila ograničena na proučavanje ponašanja "u prisustvu drugih", njegovo poimanje identiteta "ne prekoračuje mikro-grupni nivo, ali uvodi sociološku upotrebu tog koncepta ranije rezervisanog isključivo za filozofska i psihološka istraživanja ličnosti" (Stojković, 1993:19). L. Paj u svojim studijama o političkoj kulturi, pozivajući se na ranije korišćenje tog termina od strane E. Eriksona i dajući mu izrazito grupnu konotaciju, nastoji da pojam identiteta prebaci na plan velikih grupa, kao što su nacije (Stojković, 1993:20). Brojni autori ukazuju na činjenicu da česta, a naročito neprecizna, upotreba termina *identitet*, kao i širina značenja koje mu se

¹ U *Nikomahovoj etici* Aristotel tu reč koristi tako što pribegava parabolii o prijateljstvu zasnovanom na istom poreklu. Na mnogo poetičniji način i Platon u *Gozbi* evocira mit o podeljenim bićima koja se ujedinjuju u ljubavi i dele isti identitet (Stojković, 1993:18).

pridaje "razvodnjavaju" pojam. I sam E. Erikson izneo je vrlo oštre kritike na račun preterano slobodne upotrebe ovog termina² (Stojković, 1993:14).

Mada će opširnija analiza pojmova personalnog i grupnog identiteta tek uslediti, načeti diskurs o identitetu nameće potrebu da se ukaže na različite forme identiteta, to jest na proces multipliciranja i problematizacije ovog pojma na razvojnom putu od tradicionalnog ka modernom društvu. Naime, prema C. Calhoun, u *Social Theory and Politics of Identity*, modernizam je problematizovao identitet budući da je pluralističko društvo nametnulo problem odnosa (samo)identifikacije i priznavanja drugog. Drugim rečima, tradicionalno društvo nije priznavalo različite forme identiteta budući da personalni identitet nije bio odeljen od šireg društvenog sadržaja, već je bio "utopljen" u srodnički sistem. Dakle, društveni status individue iscrpljivao se u granicama srodstva. Nasuprot ovom, moderno društvo nudi mogućnost individui da gradi identitet time što može da bira. Mnogi autori, međutim, upravo u mogućnosti izbora između mnoštva opcija koje se javljaju vide izvore krize identiteta. Postmodernizam, smatra C. Calhoun, donosi novi pristup identitetu naglašavajući ambivalentnost, heterogenost, multiplicitet, različitost alternativa pretpostavljajući pluralnost interpretacija u svetlu konkretnog, specifičnog, partikularnog... (Golubović, 1999:7). Literatura, inače, ukazuje na suprotstavljane "esencijalističkog" i "konstruktivističkog" pristupa identitetu. Prema prvom stanovištu, grupni identiteti su zasnovani na "suštini" koja, kao istovetna, spontano "izvire" iz svih individua - članova grupe kao pojedinačnih, harmoničnih identiteta. S druge strane, konstruktivizam u prvi plan ističe proces socijalizacije, odnosno shvatanje da je društveni pritisak presudan za formiranje identiteta. Upravo zato izvestan broj autora podvlači značaj sukoba težnje pojedinca ka individualnom identitetu i zahteva grupe kojoj pripada.

² U predgovoru francuskog izdanja svoje knjige *La Quete de l'identite* naveo je da su "identitet" i "kriza identiteta" "u svakodnevnoj praksi postali terminima koji pokrivaju tako uopštene i toliko očigledne stvari da je poprilično smešno očekivati njihovo definisanje" (Stojković, 1993:14).

Kako se formiraju personalni i grupni identitet(i)

U formiranju identiteta presudnu ulogu igraju dva faktora - društvo (kultura) u kome se rađamo, odnosno koje zatičemo, i naše dispozicije, to jest individualne osobine. Prema A. Mucchiellu identitet se konstituiše kroz kompleksnu istoriju roditeljskih odnosa, istorijskih događanja i različitih iskustava u odnosu između "dispozicija" i "kulturene determinacije" (Golubović, 1999:23). Dakle, identitet je, u stvari, splet individualnih osobina i posledica proisteklih iz odnosa individue i sredine u kojoj se nalazi.

Ključni proces u formiranju identiteta je **identifikacija**. Formiranje identiteta ličnosti i počinje njenom identifikacijom sa socio-kulturnom sredinom. Reč je o primarnoj identifikaciji, odnosno socijalizaciji. Na taj način Ja, to jest predstava o samima sebi, izrasta iz uticaja Mi, odnosno **drugog**, značajnog za Ja. Samopredstava uključuje i predstavu drugih o sebi. Znači, suština identifikacije kao početnog "talasa" u procesu formiranja identiteta (individualnog i grupnog) je prihvatanje zajedničke kulture od strane subjekta. Rezultat ovog procesa zavisi od toga kakav je odnos između mere poistovećivanja sa "značajnim drugim" i distanciranja od njega, jer prekomerno se poistovetiti sa drugim može da znači prepreku razvoju sopstvenog identiteta. Sa procesom identifikacije tesno je povezan i proces **internalizacije**, što znači da je subjekat doživeo spoljašnje iskustvo i preneo ga u strukturu sopstvene ličnosti.

Stav konstruktivista jeste da je Ja gotovo u potpunosti "proizvod" kulture i društva, budući da je njihov uticaj najsnažniji u početnoj fazi njegovog formiranja. Ipak, mora se uzeti u obzir primedba da **i sam subjekt učestvuje u konstrukciji sopstvenog identiteta**. Subjekt je, znači, autonoman, jer, u fazi koja sledi, pojedinac, na temelju usvojenih zajedničkih vrednosti, razvija selektivne mehanizme prilagođavajući se samo onim uslovima koji su povoljni za razvoj njegove ličnosti. Tek **u ovom trenutku** počinje prelazak od identifikacije ka konstituisanju identiteta. Ovo, konačno, ukazuje na razvojni karakter identiteta. Dakle, konstrukcija koju nazivamo identitetom nije formirana jednom za svagda, nepromenjiva. Ona se menja, budući da se menjaju odnosi između elemenata koji je čine.

Kada je reč o grupnom identitetu, moglo bi se reći da on nastaje na osnovu identifikovanja pojedinaca sa drugim pojedincima s koji-

ma dele izvesno obeležje. Tako se identifikujemo sa drugima na osnovu religije, rase, pola, starosne dobi, nacionalnosti... Dakle, **sličnost** je, čini se, preovlađujući princip pri formiranju grupnog identiteta. Međutim, mora se imati u vidu i to da je **princip različitosti trajno vezan za grupu** i njen identitet budući da je ona kao celina uvek drugačija u odnosu na drugu grupu. Reč je, dakle, o dva aspekta jedinstvenog procesa. **Razlikovanje u odnosu na druge nije primarno kada je reč o pojedinačnom identitetu, niti je svest o grupi presudna za grupni identitet**, a da je, pri tom, razlikovanje u odnosu na druge grupe samo nus-produkt. Kada je reč o odnosu između dispozicija pojedinca i kulture/društva u procesu formiranja identiteta, nalazimo da su **psiko-kulturne** (religija, ideologija, kulturni kodovi i dr.) i **psiko-socijalne reference** (status, dob, profesija, društvene uloge...) **uvek u interakciji u procesu formiranja pojedinačnog i grupnog identiteta**. Znači, identitet pojedinca nikad nije u potpunosti određen društvom, to jest, njegovim grupnim identitetom. **Pojedinačni identitet je uvek proizvod više identifikacija u isto vreme**. Reč je o preplitanju različitih grupnih identifikacija kod različitih pojedinaca na različite načine, odnosno o prelamanju grupnog identiteta kod različitih pripadnika grupe prema ličnim predispozicijama. **Identitet je svest individue o sebi koja je razvijena kao posledica specifičnog odnosa između nje i drugih individua tokom kojeg se utvrđuju međusobne sličnosti i razlike**.

Višestruki identiteti

Lično "ja" je, piše A. Smit u delu *Nacionalni identitet*, "sačinjeno od višestrukih identiteta i uloga - porodičnih, teritorijalnih, klasnih, verskih, etničkih i polnih", pri čemu se "svaki taj identitet zasniva na društvenim klasifikacijama..." (1998:15). Smitove "kategorije, odnosno uloge koje čine svako individualno ja" u potpunosti se uklapaju u Tajfelov model **socijalnog identiteta**. Uvodeći ovaj pojam, H. Tajfel je pokušao da objasni problem samodefinicije (pojma o Ja) pojedinca u socijalnom kontekstu. Prema njemu, čovekova predstava o svome Ja utkana je u mnoštvo njegovih samoidentifikacija koje su u sklopu dva podsistema identiteta - u sklopu **personalnog** i u sklopu **socijalnog identiteta** koji predstavljaju **dva dela celokupne predstave o sebi**. Personalni identitet čine identifikacije i opisi koji su lične priro-

de, specifični atributi pojedinca zasnovani u međuindividualnim odnosima, dok se socijalni identitet odnosi na činjenicu da ljudi zasnivaju svoj identitet (pojam o Ja) velikim delom na osnovu uticaja socijalnih grupa kojima pripadaju.

H. Tajfel polazi od pretpostavke da u okviru savremenih društava postoji univerzalna potreba ljudi da steknu samopoštovanje i da obezbede poštovanje od strane drugih, to jest, na delu je univerzalna težnja da postignu jednu, u osnovi, zadovoljavajuću predstavu o sebi. Značajan činilac samoodređenja pojedinca predstavlja činjenica da on pripada brojnim socijalnim grupama koje mogu, u pozitivnom ili u negativnom smislu, da doprinesu ovoj predstavi. U osnovi ovog diferenciranog (samo)vrednovanja, u zavisnosti od pripadnosti pojedinca nekoj grupi, odnosno grupama leži, sistem socijalne kategorizacije koji je specifičan za određeno društvo. **Socijalna kategorizacija** koja, uz **socijalni identitet**, **socijalno poređenje** i **psihološku grupnu distinktivnost** predstavlja ključni pojam Tajfelove teorije, odnosi se na činjenicu da ljudi teže da klasifikuju ne samo sebe već i sve druge ljude u određene kategorije, to jest, da vrše razvrstavanje na osnovu nacionalnosti, rase, klase, zanimanja, pola, religije i sl. Ova klasifikacija socijalnih objekata u grupe od strane pojedinca (kognitivno zasnovana podela društva na grupe od strane njenih pripadnika) uvek je jednim delom subjektivna, dakle, vrši se s obzirom na sebe samog i praćena je određenim sistemom vrednovanja svake od grupa. Pojedinaac je objektivno pripadnik mnogih socijalnih kategorija u isto vreme (pri čemu, naravno, ne može biti pripadnik kontrastnih kategorija: npr. monarhista i republikanac istovremeno). Time on pred sobom ima lepezu različitih mogućih identiteta, ali samo poistovećenje sa nekima od socijalnih kategorija postaće deo njegovog socijalnog identiteta. Socijalna kategorizacija predstavlja, u stvari, sistem orijentacija koje pojedincu pomaže da, u psihološkom smislu, odredi svoje mesto u društvu (Tajfel, 1981:254-255). Prema H. Tajfelu, socijalni identitet predstavlja *"onaj deo pojedinčevog pojma o sebi koji proističe iz njegovog znanja o sopstvenoj pripadnosti nekoj socijalnoj grupi (ili grupama) zajedno sa vrednosnim i emocionalnim značajem koji se toj vrsti pripadnosti pridaje"* (Tajfel, 1981:255). Ljudi se definišu, u značajnoj meri, i na osnovu grupne pripadnosti težeći da ostvare pozitivan socijalni identitet, to jest samodefiniciju u smislu pripadništva grupi koju pozitivno vrednuju.

Među kategorizacijama koje, uklopljene u celinu socijalnog identiteta pojedinca čine svako individualno Ja, razlikujemo kategorije pola, klase, prostora, vere, nacije... Najočiglednija je, prema A. Smitu, **kategorija pola**. Polne klasifikacije su univerzalne i sveobuhvatne. Međutim, upravo ove karakteristike polnu diferencijaciju čine "manje kohezivnom i snažnom osnovom kolektivne identifikacije" (Smit, 1991:15). Drugim rečima, polni rascep jeste etnički i verski fragmentiran, klasno podeljen i geografski determinisan, odnosno mora biti povezan s drugim identitetima kako bi predstavljao nadahnuće za kolektivnu svest i delovanje. **Kategorija prostora**, odnosno teritorije je, takođe, jedna od značajnijih grupnih identifikacija. "Oni koji dele mesto, dele identitet" (Mekenzi, 2002:113). Ipak, teritorije se često i vrlo lako cepaju na lokalitete tako da regionalizam nije kadar da podupre mobilizaciju regionalnih populacija. **Klasnu identifikaciju**, kao element ličnog Ja, prema A. Smitu, moguće je uočiti još u Edipovom strahu da se ne pokaže da je rođen kao rob. U ovom strahu ogledaju se, u stvari, grčka strahovanja od ropstva i siromaštva koja su bila osnova za političko delovanje (Smit, 1991:16). **Klasa**, je prema K. Marksu, najznačajniji grupni identitet i, kao takav, pokretačka snaga istorije. Za razliku od klasnog identiteta koji potiče iz sfere proizvodnje i razmene, **verski identitet** počiva na simboličkim kodovima, vrednosnim sistemima, tradicionalnim verovanjima i obredima. Verske zajednice često su tesno povezane sa etničkim grupama. Drugim rečima, verski identitet često se preklapa sa **etničkim**, odnosno **nacionalnim identitetom**. Bitna obeležja nacionalnog identiteta po A. Smitu su: istorijska teritorija, zajednički mitovi i istorijska sećanja, zajednička zakonska prava i dužnosti svih pripadnika nacije i zajednička ekonomija. Nacija, po njemu, označava kulturnu i političku sponu koja ujedinjuje u jednu političku zajednicu sve one koji imaju istu istorijsku kulturu i domovinu i ne svodi se na državu. A. Smit ne poriče preklapanje ova dva pojma. Nacionalni identitet može da se razvija i bez političkih (državnih) elemenata (Smit, 1991: 30-31). **Politički identitet**, kao uostalom i klasni, ne možemo striktno odvojiti od socijalnog identiteta jer je, kao i on, složena konstrukcija uzajamno povezanih komponenti - kulturne, teritorijalne, etničke, socio-demografske i dr. Ipak, važno ga je posmatrati odvojeno budući da je on izraz specifične sfere u kojoj se artikulišu najvažniji društveni procesi.

Demokratski politički identitet

Imajući u vidu osnovni cilj ovog rada, dakle analizu partijske identifikacije ličnosti, u ovom odeljku posebna pažnja biće posvećena **građanskom političkom identitetu** budući da se ovaj identitet formira u demokratskim političkim sistemima koji obezbeđuju pluralizam političke volje - kamen temeljac u analizi partijske identifikacije. Ipak, demokratski politički identitet najbolje se uočava kada se uporedi sa podaničkim političkim identitetom, odnosno političkim identitetom u nedemokratskim sistemima. No, najpre treba ukazati na osnovne odrednice političkog identiteta uopšte.

Autori koji se bave pojmovnim određenjem političkog identiteta povezuju ga sa kategorijama suverene sekularne države, ali ovim ne iscrpljuju sav sadržaj ovog pojma, te stoga, uglavnom, ukazuju i na njegove dodatne elemente koji nadilaze pravni aspekt pojedinačne suverene sekularne države. U nastojanju da odgovori na pitanje kakva je kategorija politički identitet, M. Stupar navodi da se politički identitet grupa i pojedinaca definiše "preko moderne, suverene države", odnosno, da je politički identitet ljudi "određen državom kojoj pripadaju". On, zatim, dodaje, između ostalog, da legalni zahtevi izraženi osnovnim pravnim dokumentom zemlje ne iscrpljuju normativne zahteve izražene političkim identitetom građana te zemlje, da je politički angažman mnogostruk i da se ne svodi na "delatnost u okviru državno-pravnih poslova na nivou suverene države. Ljudi su politički aktivni i češće se politički identifikuju u okviru manjih regionalnih celina kao što su federalne jedinice, naselja, gradovi, itd. U ovim oblastima ljudi se udružuju po slobodnoj volji u mrežu organizacija koje po svojoj prirodi nisu ni državne, a ne pripadaju ni profitnom sektoru. Ove organizacije se u literaturi često nazivaju "civilno društvo" i interesi ljudi u u tim organizacijama su često suprotstavljeni interesima države." (Stupar, 2000).

Civilno društvo predstavlja, dakle, okvir za razmatranje građanskog, to jest demokratskog političkog identiteta. Kao sfera javnog delovanja izvan i nezavisno od državnog okvira, ono obuhvata aktivnost slobodnog organizovanja u cilju rešavanja izvesnih problema, odnosno u cilju uticaja na nosioce društvene i političke moći. Učestvujući u takvim aktivnostima i imajući mogućnost da odluči na koji način će se angažovati u pravcu ostvarenja određenog cilja, odno-

sno zadovoljenja potrebe, pojedinac formira **građanski identitet**. Takav identitet je istovremeno i demokratski budući da je zasnovan na načelima političke kulture koja obezbeđuje pluralitet mišljenja. Međutim, građanski identitet, pored toga što podrazumeva **autonomiju** u izboru, sa sobom nosi i **odgovornost** za posledice preduzetih akcija. Za razliku od pojedinca - građanina koji bira, ali i odgovara, čovek u diktaturi, prema A. Michniku, oslobođen je odgovornosti jer za sve odgovara država. (Golubović, 1999:69).

G. Schwan definiše građanski demokratski identitet kao preplitanje **građanskog etosa** sa odgovarajućim psihičkim dispozicijama i identifikacije građana sa osnovnim normativnim konsenzusom, odnosno kao "jezgrovito stanje etičkih motivacija i psihičkih dispozicija radi priznavanja i obezbeđivanja slobode i dostojanstva svih građana.³ Osnovno pravo koje obezbeđuje postojanje i razvoj demokratskog identiteta je, dakle, pravo na individualnost. Drugi element ovog identiteta je formiranje aktivnog građanina, koji slobodnim izborom delatnosti i slobodnim delovanjem ostvaruje individualna prava, zagarantovana ustavom demokratskih država. Građanski /demokratski identitet formira se u uslovima jasno definisanih prava, individualnih i kolektivnih, i stvorenih pretpostavki za njihovo praktikovanje. Upravo ovo nedostaje nedemokratskim sistemima u kojima se ljudi potčinjavaju zahtevima države. Na psihičkom planu individua potčinjenost državi manifestuje se u neodgovornosti, nedostatku poverenja u sebe i druge, kao i u nekompetentnosti. Za razliku od toga, formiranje demokratskog političkog identiteta označava prelazak iz neodgovornosti i potčinjenosti nekontrolisanoj moći, kao slike o sebi, u sliku o odgovornosti i sposobnosti za političko učešće u odlučivanju (Schwan, 1998:124-125 prema Golubović, 1999:68-69).

Proces "uklapanja" građanina u određenu političku kulturu je **politička socijalizacija** koja utiče na formiranje stavova pojedinaca prema datom poretku i na oblikovanje građanstva kao političke odrednice individualnog identiteta (mada se u vidu mora imati porodična socijalizacija tokom odrastanja). Kroz političku socijalizaciju, koju u

³ G. Schwan precizira šta se podrazumeva pod "građanskim etosom", uključivši, pored slobode, spremnost i sposobnost za odgovornost, za tolerisanje pluraliteta i dostojanstvo građana, smisao za pravdu, otvorenost, poverenje, kooperaciju i empatiju (Golubović, 1999:69).

demokratskim društvima obavljaju **političke partije** i druge organizacije civilnog društva, pojedinci se pripremaju za učestvovanje u javnim delatnostima. **Izborom političke partije ili identifikovanjem sa određenom partijom** građani biraju politički kurs koji odgovara njihovim ličnim dispozicijama i zamisli "dobrog poretka". Mogućnost izbora između više političkih partija koju pojedincu nude demokratska politička društva, međutim, ne znači da se u takvim društvima ne može razviti nedemokratski politički identitet. Da bi razvio demokratski politički identitet, potrebno je da pojedinac bude integrisan u demokratsku političku kulturu u kojoj se uvažavaju politički pluralizam, izbori, alternacija na vlasti, institucije civilnog društva i poštovanje ljudskih prava i sloboda. Odabir političke partije koja se zalaže za razvoj i unapređenje demokratske političke kulture doprinosi razvoju demokratskog političkog identiteta.

Determinante i na njima zasnovani modeli izbornog ponašanja

Izborna motivacija obuhvata niz činilaca koji utiču na odluku birača da li da glasa i, ukoliko reši da to učini, kojoj partiji ili kandidatu da poveri svoj glas. U ovom odeljku, pažnja je posvećena onom aspektu izborne motivacije koji se odnosi na razloge zbog kojih pojedinac, nakon što je prethodno odlučio da učestvuje na izborima, daje svoj glas izvesnoj partiji ili kandidatu. Faktori koji opredeljuju izbornu odluku građana u literaturi se sistematizuju na različite načine, a prema R. Haberleu, može se, u najopštijem smislu, govoriti o: 1. *ciljno-racionalnoj motivaciji* - kada birač opšte ciljeve i politiku političkog subjekta smatra ispravnim i prihvatljivim pa, u skladu sa tim, i deluje; 2. *emotivno-afektivnoj motivaciji* - kada birač deluje u skladu sa određenom politikom zbog pozitivnih osećanja prema političkom subjektu; 3. *referentnoj motivaciji* - pojedinac prihvata određenu politiku i deluje u skladu sa njom usled uticaja stavova i ponašanja drugih članova referentne grupe ili o 4. *instrumentalno-racionalnoj motivaciji* - pojedinac deluje u skladu sa određenom politikom očekujući ličnu korist (Slavujević, 2005: 99).⁴

U literaturi o izbornoj motivaciji susreće se više modela koji nastoje da objasne odluke birača da glasaju za određenu stranku ili kandidata pod dejstvom različitih determinanti izbornog ponašanja. Mada su opravdana upozorenja da ne postoje univerzalni modeli, da se različite grupe birača ponašaju po drugačijim modelima prilikom donošenja izborne odluke, da postoje razlike u tom pogledu i među pripadnicima jedne iste grupe, pa čak i da jedan isti birač može u

⁴ M. N. Franklin, "instrumentalnu motivaciju" određuje kao "želju da se utiče na kurs javne politike". Reč je o "osećanju da pojedinac može svojom aktivnošću (usklađenom sa aktivnostima drugih pojedinaca koji dele iste interese) da utiče na ishod izbora" (Franklin, 1996:217).

različitim prilikama da se ponaša na različite načine, čine se sasvim opravdanimi pokušaji da se identifikuju modeli kao "dominantni obrasci formiranja izborne odluke i izbornog ponašanja" (Slavujević, 2005:101). Na dejstvu **posrednih determinanti** razlikuju se *socio-demografski*, *ekonomski* i *psihološki* model izbornog ponašanja, a na tzv. **neposrednim determinantama** zasnovani su *stavovski* model i *socio-psihološki* model izbornog ponašanja.

Modeli izbornog ponašanja zasnovani na posrednim determinantama izbornog ponašanja

Socio-demografski model

Model socio-demografskih determinanti u istraživanje izborne motivacije i izbornog ponašanja uveli su istraživači sa Kolumbija Univerziteta SAD (Lazarsfeld, Berelson i dr.) krajem prve polovine prošloga veka. Svojom studijom *The people choice* iz 1940. godine oni začinju jedan od pravaca u razvoju mišljenja o determinaciji izbornog ponašanja, zasnovanog na saznanjima da pripadnici određenih klasa i slojeva, starosnih i polnih grupa, profesija, etničkih grupa i sl. glasaju, sa velikom verovatnoćom, za izvesnu partiju ili kandidata, pa se, za predviđanje izbornih rezultata ili za profilisanje izbornih strategija traže najizglednije kombinacije obeležja pomenutih kategorija. Na socio-demografskim karakteristikama zasniva se nekoliko tipova glasanja kao što su: **klasno glasanje**, **generacijsko**, **porodično**, **grupno glasanje** i sl.

Klasno glasanje, prema R. Alfordu, izražava "tendenciju glasačevih partijskih preferencija da odrazi njegovu društvenu klasu", da glasa za partiju koja nastupa kao zaštitnik interesa klase kojoj pojedinac pripada. Same partije se svojim imenom određuju kao partije određenih slojeva i klasa ("seljačka", "radnička" i sl.) ili kao takve figuriraju u predstavama birača (Slavujević, 2005:102).

Opšteprihvaćeno stanovište u američkoj literaturi je da klasno orijentisano ponašanje građana (*class-oriented behavior*) može predstavljati značajan faktor u američkim izborima i u američkoj politici u širem smislu. Međutim, ono što postaje problem jeste kako odrediti u kojoj meri glasanje na osnovu pripadnosti određenoj klasi zaista

utiče na ishod izbora.⁵ Jedan od najvećih doprinosa analizi ovog problema dao je S. M. Lipset svojom knjigom *Politički čovek* iz 1960. godine. Osnovna Lipsetova teza jeste da klasni položaj pojedinca u najznačajnijoj meri utiče na izorno, to jest, političko opredeljenje pojedinca, a političke stranke nisu ništa drugo do "izraz institucionalizacije klasnog sukoba koji postoji u svakom savremenom društvu" (Stojiljković, 2006:346). Pozivajući se na empirijske podatke o glasanju za jednu od dve velike partije u SAD, S. M. Lipset dolazi do zaključka o opredeljenosti nižih klasa, pre svega radnika, za Demokratsku partiju, a viših klasa za Republikansku partiju i generalizuje taj zaključak do nivoa opšte teze o klasnoj determinisanosti izbornog opredeljenja.

Istraživanja R. Alforda ukazala su da je u periodu od 1930. do 1960. naklonost Demokratskoj stranci bila izraženija među manuelnim, nego među nemanuelnim radnicima.⁶ S. M. Lipset je u svojim istraživanjima otišao korak dalje i pokušao da raščlani kategoriju manuelnih radnika i otkrije ko je među njima glasao za Demokratsku stranku. Došao je do zaključka da što je reč o nižem nivou na socijalnoj skali, to je veći broj pripadnika datog nivoa koji glasaju za demokrate. Svoju osnovnu tezu upotpunio je nalazom o vezi političkog opredeljenja s polom, karakterom i veličinom naselja u kome birači žive, kao i etničkom, religijskom i generacijskom pripadnošću. Ova ko postavljena Lipsetova analiza predstavlja osnov za "**klasični model objašnjenja političkih ponašanja ili model objašnjenja putem socio-demografskih karakteristika**" (Stojiljković, 2006:346). Autori studije *The American Voter* izračunali su svojevremeno *index statusne polarizacije*, koji pokazuje da je korelacija između statusa po zanimanju ispitanika i njihovog glasanja za partije u tri izbora 1948, 1952. i 1956. značajna, ali i da opada (Slavujević, 2005:102). Prema A. Campbellu, u vreme njegovog rada na studiji *The American Voter*, čak jedna

⁵ U američkoj literaturi klase se, inače, definišu uglavnom u kategorijama niža, srednja i viša klasa, odnosno na osnovu manuelnog i nemanuelnog zanimanja birača.

⁶ Vrhunac naklonosti zabeležen je 1948. godine kada je 79 % manuelnih radnika podržalo Demokratsku stranku i tek 38% nemanuelnih radnika. Većina nemanuelnih radnika glasala je tom prilikom za Republikansku stranku. (www.historylearningsite.co.uk, 25. april, 2006).

trećina američke populacije nije bila u stanju da se samopozicionira u pogledu klasne pripadnosti što, po njemu, navodi na pretpostavku da ovi ljudi ne moraju nužno da glasaju za "klasu", to jest, da "klasa" za njih nije tema (*issue*) od značaja. A. Campbell je pisao da su njegova istraživanja pokazala da klasno pitanje (*class issue*) značajnu ulogu igra kod relativno malog i sofisticiranog dela američke populacije, odnosno u onoj grupi stanovništva koja se redovno informiše i koja je, na izvestan način, uključena u politiku (Campbell, et al., 1976:351-352). Ne spori se, dakle, da glasači koji pripadaju nižim socijalnim slojevima svoje glasove poveravaju Demokratskoj stranci, a oni iz viših slojeva glasaju za Republikance, ali pokazalo se da varijacije od izbora do izbora mogu biti vrlo velike. Kada su ekonomske teme od velikog značaja onda glasači nižih socijalnih slojeva uglavnom glasaju za demokrate, dok kada dominiraju neekonomske teme, glasovi manje radnika češće odlaze republikancima. Drugim rečima, kada su ekonomske teme značajne, klasno glasanje je izraženije, a kada su značajne neekonomske teme, ono je znatno manje izraženo.

Grupno glasanje (*bloc voting*) širi je pojam od klasnog glasanja i mogao bi obuhvatiti i samo klasno glasanje. Ovakvo glasanje izražava tendenciju pojedinih grupa (poljoprivrednici, katolici, članovi sindikata, pripadnici manjinskog naroda i sl.) da velikom većinom glasaju za određenu partiju. Značaj ovakvog glasanja zavisi od veličine, odnosno brojnosti grupe, snage opredeljenja da se glasa za izvesnu partiju i obima izlaska pripadnika grupe na izbore (Young, 1987: 180-181, prema Slavujević, 2005:102).⁷

⁷ Značaj glasova američkih muslimana pred predsedničke izbore u ovoj zemlji nikada nije bio tako veliki kao pred predsedničke izbore 2004. godine. *The Chicago Tribune* u tekstu pod nazivom "Zaokret u privrženosti ključnih religijskih blokova" od 14. decembra 2003. godine ukazuje na sve značajniji uticaj religije u američkom političkom životu navodeći da pripadnici Američke muslimanske zajednice, koji su 2000. godine podržali Bušu, sada rade na tome da ga poraze. "Uvređeni time što su im ograničena ljudska prava i protiveći se američkoj politici na Bliskom Istoku, muslimani širom zemlje organizuju registrovanje birača u nadi da će mobilisati oko milion glasača i time doprineti porazu Buša." (Ghazali, A. S., *The American Muslim Vote*, 2003, 18. decembar prema www.amperspective.com, 15. april 2006). U isto vreme *The Washington*

Porodično glasanje zasniva se na uticaju pojedinih članova porodice na izbornu odluku drugih članova i za posledicu ima identičnost izborne odluke većeg broja članova porodice.⁸

Generacijsko glasanje na razlike u izbornom opredeljenju pripadnika različitih starosnih grupa. Kao primeri se često navode naklonjenost starijih birača konzervativni(ji)m političkim opcijama ili otpor mladih glasača prema militantnim političkim opcijama.

Prema Z. Slavujeviću, empirijska istraživanja pokazuju izvesne **trajnije partijske i liderske preferencije pripadnika socio-demografskih grupa, ali odstupanja su prilično velika**. Konceptijska ograničenja izbornog ponašanja jesu u tome što **zanemaruju individualne razlike** među biračima iz istih grupa pa oni, stoga, samo delimično objašnjavaju izbornu ponašanje (Slavujević, 2005:102). Po K. von Beymeu, socijalno-grupni pristup objašnjenju izbornog ponašanja, u kome su stranke bile "mjesto prekrcaja dugoročnih lojalnosti prema socijalnim skupinama... razmjerno je dobro objašnjavao dugoročni razvoj". On ne uočava konceptijska ograničenja, već ograničenja koja su posledica dejstva situacionih faktora. Međutim, po njemu ovaj pristup "nije bio dovoljno fleksibilan za kratkoročne promjene na koje su utjecale nove stranke, nove teme (*issues*) i kandidati u izornoj

Post u tekstu "*Terorizam potresa partijsku lojalnost Jevreja i Arapa*" podseća da su Amerikanci arapskog porekla na predsedničkim izborima 2000. godine podržali republikanskog kandidata, dok su Jevreji svoje glasove dali demokratskom protivkandidatu, ali podvlači da je to bilo pre 11. septembra i Bušovog odgovora. Od tog trenutka političke privrženosti dveju zajednica počinju da slabe. Mađa ove zajednice nisu brojne, arapska i jevrejska populacija skoncentrisane su u nekoliko tzv. *swing countries* (*swing* - njihati) poput Floride i Mičigena (Ghazali, A. S., *The American Muslim Vote*, 18. decembar 2003. prema www.amerspective.com, 15. april 2006).

⁸ Kongres lokalnih i regionalnih vlasti Evrope na zasjedanju u Strazburu, održanom od 4. do 6. juna 2002. godine, izrazio je zabrinutost povodom "istrajavanja" (*persistence*) porodičnog glasanja u gotovo petnaest zemalja Istočne i Centralne Evrope čime su žene uskraćene u vršenju svojih zakonom zagantovanih prava. Situacija je prema Kongresu alarmantna u Bivšoj Jugoslovenskoj Republici Makedoniji, na Kosovu, a primećeno je u zakavkaskim republikama bivšeg SSSR-a, Ukrajini, Rusiji, Litvaniji i Slovačkoj (www.coe.int, 20. april 2006).

borbi" (Beyme, 2002:34).⁹ Z. Stojiljković, u zaključku analize sociodemografskog modela izbornog ponašanja, nalazi da je ograničeni efekat klasnog statusa na partijske preferencije rezultat delovanja tri grupe razloga: a) dekomponovane i složene prirode samih društveno-ekonomskih grupa; b) brojnosti i složenosti drugih linija socijalnih i političkih podela koje presecaju i natkriljuju socioklasnu podelu; c) nastojanja partija da zbog izbornih računica formulišu interklasnu, odnosno natklasnu podelu (Stojiljković, 2006:347). Prva grupa razloga proističe iz dinamičnosti i usložnjavanja socijalne strukture, druga iz ukrštanja i značaja drugih linija podela u odnosu na klasne podele, a treća na političku i izbornu strategiju političkih stranaka.

Ekonomski model izbornog ponašanja

Ekonomski model izbornog ponašanja u prvi plan stavlja tzv. racionalnog birača koji odluku za koga će glasati donosi na osnovu stanja ekonomije tokom međuisbornog perioda, to jest, na proceni vlastitog finansijskog stanja. Prognoze rezultata izbora izvode se iz objektivnih pokazatelja stanja ekonomije, stope nezaposlenosti, inflacije i sl, odnosno, na osnovu ocena birača da li su njihova finansijska situacija i stanje ekonomije bolji ili lošiji. Smatra se da su ekonomski napredak zemlje i poboljšanje položaja socijalne grupe kojoj birač pripada najbolja garancija glasanja za partiju na vlasti i obratno, da periodi ekonomske nestabilnosti smanjuju izborne šanse partija i kandidata na vlasti, odnosno povećavaju šanse opozicionih partija i njenih kandidata (Slavujević, 2005:102). Glasanje je, prema R. Hagueu i M. Harropu, "...biznis kao i svaki drugi". Pitanje koje birač pred izbore postavlja vladi je: "Šta ste uradili za mene (i zemlju) u poslednje vreme?" Drugim rečima, glasači i partije su, po ovim autorima, "prijatelji

⁹ "U Njemačkom Carstvu mogao se, primjerice, rast Socijaldemokratske stranke (SDP) objasniti porastom radništva i organiziranih članova sindikata. U SR Njemačkoj to više nije bilo moguće ukoliko se usporede dulja razdoblja. Socijaldemokratska stranka (SDP) je od 1953. do 1972. rasla oko tri posto od izbora do izbora, a udio radništva je opadao. Socijalnostrukturni pristup nije se pokazao jednako upotrebljivim za sve slojeve. Najjasnije je zakazao na novim srednjim slojevima, koji su bili izloženi vrlo različitim kontaktima i uticajima" (Beyme, 2002:34).

samo u dobru" (*fairweather friends*) (Hague, Harrop, 2004:143). Imaju-ći u vidu upravo ovo, vladajuće partije vode računa da u godini održavanja izbora ekonomija ostvari pozitivne rezultate i da se poboljša ekonomsko-socijalni položaj značajnih kategorija birača. Ograničenjem ovakvog modela smatra se to što on može da važi **za relativno stabilna društva**, dakle, ona društva u kojima nema dubljih ideoloških, nacionalnih, verskih, političkih i drugih rascepa. Izvesni režimi i pored loše ekonomije i niskog standarda građana uspevaju da se održe centrirajući aktivnosti i zasnivajući kampanje na parolama o o ostvarivanju nacionalnih, državnih i drugih ciljeva. Osim toga, **"veza između ekonomije u društvu i izborne odluke birača nije neposredna**. Ona je neizbežno posredovana interpretacijama uzroka eventualno lošeg stanja ekonomije" (Slavujević, 2005:103).¹⁰

O "racionalnom" ponašanju birača piše A. Downs u radu *An Economic Theory of Democracy*. Prema ovom autoru, birač se ponaša racionalno kada daje glas onoj partiji za koju veruje da će mu obezbediti više "pogodnosti" (*benefits*), pri čemu se "pogodnost" meri "korisnošću" (*utility*), a ova svodi na materijalnu korist, na porast dohotka (Slavujević, 2005:44). Koncepti "korisnosti", to jest dobiti, i isplativog utroška sugerišu da je ponašanje birača diktirano procenom sopstvenih interesa. Drugim rečima, birač će učestvovati na izborima samo pod uslovom da očekivana dobit prevazilazi troškove. Pod troškom birača podrazumevaju se vreme i energija potrošeni na informisanje o strankama i kandidatima i, nakon donošenja odluke, troškovi samog izlaska na biračko mesto i glasanja. Racionalni birač pravi i procenu koliko su izbori značajni i neizvesni, kako će drugi da glasaju, da li će i koliko koristi imati od promene vlasti nasuprot koristi koju ima od postojeće. Ukoliko proceni da promena vlasti može da mu donese dobit, racionalni birač će da glasa za opoziciju. U suprotnom, glasaće za partiju ili koaliciju na vlasti ili će da apstinira. Osnovni problem

¹⁰ Tako, ukoliko partija na vlasti uspe da prebaci krivicu za loše stanje ekonomije na druge (poremećaji na svetskom tržištu i sl.), onda će uspeti i da prikrije svoju nesposobnost, odnosno da zadrži izvestan broj pristalica. Međutim, posmatrano na duži rok, prebacivanje krivice na druge postaje sve neuverljivije, a dugotrajno nezadovoljstvo ekonomskim stanjem u društvu postaje pretpostavka značajnih promena izbornog odnosa snaga.

"racionalnog" pristupa ponašanju birača, po Z. Stojilkoviću, jeste što se njime previše računa na "hladnu objektivnost" i interesnu računicu birača, potcenjujući pritom svu njegovu "iracionalnost" uslovljenu njegovim ukusima i afinitetima, uverenjima i grupnim pripadnostima (Stojilković, 2006:348-349).

Psihološki model izbornog ponašanja

Psihološki model izbornog ponašanja smatra da je birač inspirisan afektivnim, čak i nesvesnim porivima koji određuju njegovu izbornu odluku (strah, želja za sigurnošću, ljubomora i agresivnost prema kandidatu i sl.). Prema Z. Slavujeviću, ovakav pristup izbornom ponašanju predstavlja **pre hipotezu nego eksplikativni model, teško se operacionalizuje u sistem pouzdanih indikatora**, mada se ne može sporiti izvestan značaj psiholoških faktora, što potvrđuju i kampanje u kojima se biračima nude višeznačne predstave (kao što je to učinio J. Ségéla 1981. godine sa imidžom F. Mitterranda - "Mirna snaga" (Slavujević, 2005:103).

Ova tri modela izborne motivacije zasnivaju se na tzv. **posrednim determinantama izbornog ponašanja**. Smatra se da niko ne glasa za određenu partiju samo zato što je mlad, što je radnik, katolik i sl, već većina radnika, mladih, katolika... glasa za izvesnu partiju zato što su u **grupama kojima ovi pripadaju raširenije sklonosti ka onome što zastupa ta partija ili njen kandidat**. Ne sporeći značaj ovih determinanti izbornog ponašanja, od sredine 60-ih godina i rada V.O. Keya *The Responsible Electorate*, pravi se razlika između posrednih i neposrednih determinanti izbornog ponašanja. **Neposredne determinante** predstavljaju činioce koji, dakle, **direktno utiču na rešenost birača da glasa za određenu stranku**, a ne za neku drugu, i na ovim determinantama se zasnivaju već pomenuti **stavovski**, odnosno tzv. **Mičigenski socio-psihološki model izbornog ponašanja**.

Modeli izbornog ponašanja zasnovani na neposrednim determinantama izbornog ponašanja

Stavovski model izbornog ponašanja

Ovaj model se pojavljuje u više varijanti, a najčešći je model distance čija je osnovna pretpostavka da u svesti svakog birača postoji

predstava o idealnoj partiji, odnosno kandidatu, pa što je veća razlika između njegovih percepcija idealnog i stvarnog, manja je verovatnoća da će glasati za određenu partiju, to jest kandidata. Takođe, ukoliko je veća razlika između stava birača prema nekom važnom pitanju i stava koji zastupa partija, odnosno kandidat, manja je verovatnoća da će za nju, odnosno njega, glasati. U osnovi ovog modela leži pretpostavka o konzistentnosti stavova. Stavovi koje čovek formira teže da međusobno budu u saglasnosti. Pri tome, konkretni stavovi o određenim partijama, političkim događajima i akterima mogu biti determinisani drugim, bazičnim stavovima i vrednostima - odnosom prema pravdi, jednakosti, slobodi, naciji, demokratiji...

Socio-psihološki model izbornog ponašanja

Mičigenski socio-psihološki model izbornog ponašanja predstavlja razvijeniju varijantu stavovskog modela i koji za neposredne determinante izbornog ponašanja uzima **partijsku identifikaciju, imidž partije i teme koje se pokreću u kampanji**. Prema ovom modelu, **partijska identifikacija je ključna determinanta u donošenju odluke na izborima, a eventualno neglasanje u skladu sa njom objašnjava se dejstvom druga dva faktora.**

1) **Partijska identifikacija** predstavlja jedan od ključnih koncepta u objašnjenju i predviđanju izbornog ponašanja. Raširen je stav da ona ima status "ultimativne nezavisne varijable u kauzalnoj hijerarhiji" i da određuje druge dve determinante - vrednovanje partije i kandidata, pozicioniranje birača u odnosu na teme kampanje, kao i sam čin glasanja (MacKuen, et al., 1989:1126, prema Slavujević, 2005:104). Zasniva se na "privlačnim ili odbojnim karakteristikama grupe kao generalne, najpresudnije dimenzije koja određuje odnos individue i grupe" (Campbell, et al., 1976:121) i predstavlja skup relativno usklađenih kognitivnih, emotivnih i motivacionih elemenata (Slavujević, 2005:104). Od vremena formulisanja koncepta, pedesetih godina prošloga veka, partijska identifikacija jedan je od najistraživanijih političkih fenomena. Istraživanje ovog fenomena zauzima značajno mesto u proučavanju ponašanja birača ne samo u SAD nego i šire (Finkel, Scarrow, 1985:620). Ipak, partijska identifikacija i danas predstavlja "zagonetku" (Slavujević, 2005:104). Koncept partijske identifikacije i način njenog merenja i dalje su opterećene teškoćama (Finkel, Scar-

row, 1985:620). Iako jedan od osnovnih pojmova u politikološkoj literaturi, pojam partijske identifikacije ostaje, ipak, nedovoljno definisan, kao što su nedovoljno definisani i drugi pojmovi sa kojima se on dovodi u vezu.

2) **Imidž partija**, kao faktor izborne motivacije, počeo je da se koristi u istraživanjima kasnije od partijske identifikacije i tema kampanje. Kao rezultanta raznih persuazivnih dejstava, on predstavlja "**odgovor**" birača na delovanje partije u najširem smislu, pa se istraživačke imidža partija u pojedinim segmentima biračkog tela uzima, uz partijsku identifikaciju i imidž kandidata, kao jedan od osnovnih prediktora izbornog ponašanja (Slavujević, 2005:107). G. Sartori nalazi da, posredstvom svog imidža, partije komuniciraju sa biračkim telom pa je, stoga, veliki deo njihove strategije usmeren na izgradnju prikladnog imidža za one delove biračkog tela na čije se glasove računa (Sartori, 2002:284). R. Hague i M. Harrop partijski imidž vide kao ključni činilac odluke glasača. Prema njima, glasači danas procenjuju **kompetentnost partija**. Oni ne glasaju u skladu sa predlozima partija, već prema proceni da li je partija zaista sposobna da uradi ono što obećava. S obzirom na činjenicu da su partije danas slabije grupno i ideološki ukorenjene, procena sposobnosti partija da, ukoliko se nađu u vlasti, odgovore na nepredvidive zahteve je ključno marketinško preimućstvo. Partijski imidž, dakle, postaje osnova izbornog uspeha (Hague, Harrop, 2004:143). Imidž partija se formira i menja u kontekstu sveobuhvatne ponude na političkom tržištu, što bi značilo da se, imidžom određene partije nastoji da ukaže ono što A. Downs naziva "*partijskim diferencijalom*", a to je, u stvari, razlika u odnosu na druge partije. Z. Slavujević naglašava da se tek u uslovima značajnijeg razlikovanja partija i lidera može "**očekivati povećana motivacija građana za uključivanjem u politički život...**" (Slavujević, 2005:107).

Imidž lidera, odnosno **kandidata** smatra se jednim od najznačajnijih determinanti izborne orijentacije, a glasanje u kome je ovaj faktor presudan naziva se *candidate voting*. Značaj imidža kandidata na izbornu odluku birača proističe iz toga što na birače u većoj meri utiče uverenje u sposobnost kandidata da realizuje određenu politiku, nego sama politika za koju se zalaže, naročito kada je reč o društvima bazičnog konsenzusa (Slavujević, 2005:107), a upravo preko lidera, odnosno kandidata, partije, prema R. Hagueu i M. Harropu, emituju impresiju o spremnosti i sposobnosti da formiraju vladu

(*the impression of being government-ready*) (Hague, Harrop, 2004:143).

3) **Tematsko glasanje** (*issue voting*) podrazumeva opredeljenje glasača za partiju ili kandidata na osnovu pitanja koja ovi pokreću a za koja je glasač posebno zainteresovan, to jest, za koja im partije, odnosno kandidati, nude prihvatljiva rešenja. *Issue voting* podrazumeva racionalan izbor birača između više alternativa, odnosno, na osnovu procene potencijalnih pogodnosti, to jest gubitaka koje će imati u slučaju pobede nekog od učesnika izbora i realizacije njegovog stanovišta u vezi sa pitanjem od značaja za birača. Tematsko glasanje podrazumeva birača koji je: 1. svestan problema koji se pokreće i pri tom ga razume; 2. ubeđen u njegov značaj i 3. u stanju da uoči razliku između stavova koje o njemu imaju različite partije ili kandidati. Tematsko glasanje karakteriše slabije partijski identifikovane birače, bolje informisane, obrazovanije i birače više zainteresovane za politiku (Slavujević, 2005:109).

Pored pomenutih, na formiranje izborne odluke birača utiču i drugi faktori - od sistemskih (tip izbornog sistema; vrsta izbora - predsednički ili parlamentarni; nivo izbora - nacionalni ili lokalni) preko opštepoltičkih (uloga partija u političkom životu) i kampanjskih do situacionih, a njihov značaj varira u zavisnosti od konkretnih okolnosti. Takođe, delovanje mnogih faktora je združeno, pa ih je teško striktno odvojiti.¹¹

¹¹ "Postoje modeli izborne motivacije koji uzimaju u obzir veliki broj faktora. Na primer, PIPS (Precinct information priority system) sastoji se u: 1. utvrđivanju svih važnih faktora koji utiču na izbornu motivaciju, 2. ponderisanju značaja svakog od njih, 3. izražavanju PIPS skora za svaki faktor i 4. njihovom rangiranju prema značaju" (Slavujević, 2005:104).

Partijska identifikacija kao determinanta izborne odluke

Partijska identifikacija najznačajniji je aspekt političkog identiteta i, kao takva, zauzima posebno mesto u studijama izbornog ponašanja. Iako je reč o jednom od najistraživanijih političkih fenomena, značajne su nesuglasice u pogledu **definicije partijske identifikacije**, odnosno preciznijeg određenja **prirode privrženosti partiji**, faktora koji utiču na formiranje partijske identifikacije i njenog **merenja**.

R. Miller i W. Niemi nalaze da bi poteškoće u razumevanju koncepta partijske identifikacije mogle biti prevaziđene ukoliko se usaglasile odgovori na sledeća pitanja: "Šta je partijska identifikacija", to jest, šta podrazumeva ovaj pojam - da li je "reč čisto o emocijama i osećajima, kako je definisao mičigenski tim", ili se radi o "više racionalno zasnovanoj", retrospektivnoj evaluaciji partija, njihovih politika, odnosno kompetentnosti njihovih administracija. Kako treba meriti partijsku identifikaciju? Uključuje li ovaj koncept, pored pozitivnih, izražavanje i *negativnih* osećanja birača prema partijama, *identifikaciju sa dve ili više partija*, odnosno identifikaciju sa *političkim familijama* ili *tendencijama*? Rasprava se, prema ovim autorima, vodi i kada je reč o primeni i korisnosti koncepta za razumevanje i predviđanje izbornog ponašanja i centrirana je oko sledećih pitanja: Koliki je broj partijski identifikovanih u biračkom telu? Da li je spremnost građana da se identifikuju sa partijama u opadanju? U kojoj meri je partijska identifikacija stabilna? Da li je koncept prenosiv, to jest primenjiv i izvan SAD? (Miller, Niemi, 2002:175-6).

Problemi u proučavanju partijske identifikacije, koje uočavaju S. Finkel i H. Scarrow, uveliko se preklapaju sa onima koje navode R. Niemi i W. Miller i uglavnom se svode na sledeća pitanja: Da li je izjava ispitanika o njegovoj privrženosti određenoj partiji jednostavno drugačiji vid izražavanja dublje privrženosti društvenoj klasi ili ideologiji ili se o partijskoj identifikaciji može govoriti kao o nezavisnoj kategoriji? Da li privrženost partiji predstavlja dugotrajnu psihološku privrženost ili je reč o trenutnoj preferenciji jedne partije ili kandidata tokom izbora? Pod pretpostavkom da je partijska identifikacija trajni-

jeg karaktera, da li je ona rezultat isključivo rane socijalizacije ili su u njoj osnovi i biračeva evaluacija svih dotadašnjih političkih iskustava? Da li je partijska identifikacija jednodimenzionalna ili ona uključuje i osećanja birača izražena prema više partija? Šta ispitanici misle kada kažu da su politički nezavisni (*political independents*)?¹² Konačno, kako tačno treba da glasi istraživačko pitanje kojim se utvrđuje identifikovanost ispitanika sa partijom? Upravo ovo poslednje se pokazalo kao ozbiljan problem za istraživače partijske identifikacije izvan SAD (Finkel, Scarrow, 1985:620-621).

Razmimoilaženja oko koncepta partijske identifikacije, kao jednog od fundamentalnih konceptata u politikološkoj literaturi, ostaju, a ona i dalje zauzima centralno mesto u savremenim istraživanjima izbornog ponašanja kako u razvijenim zapadnim demokratijama, tako i u zemljama Istočne Evrope i bivšim sovjetskim republikama (Brader, Tucker, 2001; Miller, Klobucar, 2000). U pokušaju izvesnog razjašnjenja navedenih nedoumica, prvo moraju da se uporede različita shvaćanja koncepta partijske identifikacije, počevši od originalne teorijske postavke Mičigenske škole.

Različita shvaćanja prirode partijske identifikacije - klasična shvaćanja Campbella i saradnika i kritika njihovih shvaćanja

Autori studije "*The American Voter*" partijsku identifikaciju smeštaju u okviru identifikacije u širem smislu koju definišu kao "afektivnu orijentaciju pojedinca prema važnoj grupi iz okruženja". U osnovi identifikacije, prema njima, leži "privlačni ili odbojni kvalitet grupe kao opšte, najpresudnije dimenzije koja određuje odnos pojedinca i grupe", pa, stoga, pojedinci, u osnovi, prihvataju stanovišta grupe sa kojom se identifikuju. Osećanje privrženosti individue partiji ne odražava formalno članstvo niti aktivnu vezu pojedinca sa partijskim aparatom. "Generalno, reč je o psihološkoj identifikaciji koja može da traje bez pravnog priznanja ili dokaza o formalnom članstvu i, čak, bez evidencije o doslednoj podršci partiji" (Campbell, et al., 1976:121).

¹² Izraz kojim se određuju američki birači koji se ne smatraju pristalicama Demokratske ili Republikanske stranke.

Partijska identifikacija, odnosno partijski identitet pojedinca, uspostavlja se afektivno, u vreme rane socijalizacije pojedinca. Autori studije, analizirajući politička iskustva ispitanika u istraživanju u periodu pre sticanja glasačkog prava, potvrđuju nalaze koje u svom radu *Political Socialization* (1959) iznosi H. Hyman, prema kome, "orijentacija prema političkim pitanjima počinje pre nego što pojedinac stekne biračko pravo i ova orijentacija snažno reflektuje socijalni milje pojedinca, pre svega, njegovu porodicu" (Campbell, et al., 1976:146-147).¹³ Jednom uspostavljena u detinjstvu, ona uglavnom traje tokom čitavog života¹⁴, mada nije u potpunosti nepromenljiva. Do promena u partijskoj identifikaciji građana može doći usled promena na ličnom i širem društvenom planu. U prvom slučaju, promena stranačke identifikacije uslovljena je ličnim razlozima povezanim sa promenama u društvenoj sredini koji se svode, uglavnom, na promenu u bračnom statusu (udaja/ženidba), religijsku konverziju, promene u socijalnom statusu, to jest promene mesta stanovanja. U drugom slučaju, partijska lojalnost može biti uzdrmana u periodima nacionalnih kriza i autori kao primere navode Američki građanski rat i period velike ekonomske krize u SAD, odnosno realizaciju New Deal programa. Partijska identifikacija, zaključuju autori ove studije, dugotrajna je privrženost pojedinca partiji i ova veza teško može da se naruši uticajem drugih faktora iz sveta politike - prolaznim događanjima i ličnostima. Identifikacija sa partijom vremenom postaje mreža kroz koje birač "propušta" političke sadržaje što doprinosi njenoj konzervaciji, to jest njenom jačanju (Campbell, et al., 1976:151).

¹³ Ljudi tokom odrastanja razvijaju različite identitete. Oni postaju Amerikanci, metodisti ili navijači Bostongloba ne na osnovu razumskog izbora, već preko mehanizma osećajnog identifikovanja (Campbell, et al., 1960:121 prema Antičić, 2006:160). Društvena osnova za to najčešće je porodica. Ona prenosi identitete i privrženosti. Jedan od tih identiteta jeste i stranački (Campbell, Gurin and Miller, 1954:90, prema prema Antičić, 2006:160).

¹⁴ "Kada pitamo ljude da se prisete kojem predsedničkom kandidatu su dali glas prilikom prvog glasanja u životu otkrivamo da se dve trećine onih koji uspevaju da se prisete još uvek identifikuju sa partijom za koju su prvi put glasali. Većina (56%) ovih glasača nikad nije 'prekoračila partijsku granicu' (*crossed party lines*) i uvek podržava kandidata svoje partije" (Cambell, et al., 1976:148).

U formiranju partijske identifikacije ključnu ulogu ima porodično nasleđe. Pojedinačev izbor političke stranke posledica je grupne identifikacije i izbor stranke prethodi izboru kandidata na izborima. Iz ovih postavki, prema S. Antoniću, proizilaze tri posledice:

- iako način na koji pojedinac glasa proizilazi iz identifikovanja sa određenom partijom, identifikacija i glasanje nisu jedno te isto;
- manjina glasača na izborima nekad može da glasa drugačije od svoje partijske identifikacije, ali na nekim sledećim izborima oni se najčešće "vraćaju" svojoj stranci;
- stranačka identifikacija onemogućava izborne revolucije i po redak tako dobija na stabilnosti (Antonić, 2006:159).¹⁵

U kasnijim studijama, koncept partijske identifikacije shvata se na drugačiji način. **Partijska identifikacija** tretira se kao **naklonost** birača jednoj partiji, **zasnovana na kumulativnim evaluacijama učinka te partije**. Sledbenici ovakvog pristupa smatraju da glasači preispituju svoju naklonost i da je, samim tim, partijska identifikacija promenljiva. Iako se, dakle, ne spori da bi "model individualnog glasanja teško mogao biti potpun ukoliko u njega nije uključena i partijska identifikacija" (Lockerbie, 2002:384), partijska identifikacija se više ne razmatra kao nezavisna, već kao zavisna determinanta. Drugim rečima, dovodi se u pitanje tvrdnja autora *The American Voter* da je reč o nezavisnoj determinanti izborne odluke koja određuje "manje trajne političke snage" - vrednovanje partije i kandidata, pozicioniranje birača u odnosu na teme kampanje, kao i sam čin glasanja - i zastupa se stanovište da partijska identifikacija predstavlja izraz životne privrženosti koja, kako građanin biva stariji, postaje snažnija. Autori ovih studija nastoje da pokažu da "glavni uzročni tok ide od drugih (krat-

¹⁵ Nisu ljudi glasali za stranke zbog istih političkih pogleda sa njima, već su birači političke poglede obrazovali prema tome šta njihove stranke misle o tome. Stranačka identifikacija je biračima služila kao zgodna prečica prilikom izbora. Oni nisu morali da troše vreme udubljujući se u različite zamisli rešavanja društvenih pitanja. Dešavalo se, naravno, da im se neko pitanje učini važnim i da kada bi se birač u njega udubio otkrije da mu je gledište suparničke strane bliže. Možda bi i glasao za nju. Ali, to ne bi promenilo njegovu partijsku identifikaciju. I već sledeći put, ponovo bi glasao za svoju stranku (Antonić, 2006:160).

kotrajnijih - S.A.) varijabli prema partijskoj identifikaciji" (MacKuen, et al., 1993:285).

Prema B. Lockerbieu, došlo se do saznanja da partijska identifikacija više ne predstavlja osnov stabilnosti glasanja kao što se ranije mislilo. On polazi od tvrdnje M. Fiorine prema kome partijska identifikacija pojedinca, uspostavljena tokom njegove rane socijalizacije, jeste, u stvari, posledica njegovih retrospektivnih evaluacija. Identifikovanje pojedinaca sa partijama predstavljaju refleksiju njihovih procena onoga što su partije uradile, odnosno onoga što će uraditi. B. Lockerbie nalazi da partijska identifikacija nije uzrok procena u politici, već je ona ta koja reaguje, koja se menja u skladu sa procenama. Nastojeći da utvrdi uticaj ekonomskih evaluacija pojedinca na njegovu partijsku identifikaciju u radu *Party Identification: Constancy and Change* on polazi od stava MacKuenta i saradnika da su očekivanja, a ne retrospekcija, u osnovi promena partijske identifikacije pojedinca. Dolazi do zaključka da su političke evaluacije, koje imaju najsnažniji uticaj na partijsku identifikaciju pojedinca, one koje se odnose na budućnost, mada ne odbacuje evaluacije prošlih događaja i navodi da one mogu snažno uticati na partijsku identifikaciju. U okviru prospektivnih evaluacija, B. Lockerbie daje prednost egocentričnim ekonomskim evaluacijama glasača u odnosu na njegovu procenu stanja nacije, odnosno tzv. sociotropske evaluacije (Lockerbie, 1989: 291-311).

Procene stanja nacionalne ekonomije i subjektivnog blagostanja mogu, dakle, u velikoj meri da utiču na izmene u partijskoj naklonosti građana.

Prema tzv. **teoriji retrospektivnog glasanja**, građanin glasa ocenjujući rezultate vlade. "Glas više nije izraz životne privrženosti... Birač pita vladu: "Šta ste uradili za mene (i zemlju) u poslednje vreme?" (Hague, Harrop, 2004:143).

A. Downs, analizirajući "racionalno" ponašanje građana u politici, zaključuje da je socijalna funkcija obično nus-produkt ljudske aktivnosti, a privatne ambicije cilj (Slavujević, 2005:45).

M. Delli Carpini u radu *Political Distillation* ukazuje na razudenu prirodu partijske identifikacije. On smatra da se partijska privrženost pojedinca razvija iz više pobuda, pa tako identifikaciju sa političkom partijom, razvijenu pod okriljem porodice, odnosno tokom procesa socijalizacije, naziva apolitičnom privrženošću, dok privrženost partiji

razvijenu kao "prečica i podsticaj za organizovanje političkih ideja", uslovljenu i povećanom sofistikovanošću birača, njegovom informisanošću i interesima naziva funkcionalnom privrženošću. Ovaj autor nalazi da funkcija partijske identifikacije postaje zavisna od "političkog i društvenog okruženja biračkog tela". Po njemu, "bilo bi bolje govoriti o funkciji partijske identifikacije u određenim izborima, odnosno specifičnom trenutku, nego govoriti o partijskoj identifikaciji *per se*" (Delli Carpini, 1983:173).

R. Rose insistira da se pojam partijske identifikacije koristi da označi "sumarnu političku naklonost glasača koji sebe dugoročnije vidi kao podržavaoca određene partije" i tvrdi da se ona zasniva na "kumulativnim efektima socijalizirajućih uticaja". Partijska identifikacija uspostavlja se u periodu rane socijalizacije pojedinca, ali ona se održava, osnažuje, slabi ili menja na osnovu čovekovog ukupnog političkog iskustva. Ona predstavlja "susret prošlosti (politička iskustva, odnosno retrospektivna evaluacija partija, njihovih lidera i njihove politike), sadašnjosti (evaluacija sadašnjih karakteristika i aktivnosti) i budućnosti (očekivanja od njih, odnosno prospektivna evaluacija) u svesti pojedinca" (Slavujević, 2005:105).

Prema A. Campbellu i saradnicima, odnosno pobornicima njihovog shvatanja, identifikacija sa partijom, to jest partijski identitet, važan je deo identiteta pojedinca. Partijska identifikacija stvar je poimanja, razumevanja samog sebe (Campbell et al., 1986:100, prema Anтониć, 2006:161). Samo politički događaji od velikog značaja i značajne političke ličnosti u stanju su da doprinesu promeni već formirane naklonosti pojedinca političkoj stranci. Sa druge strane, kritičari ovakvog shvatanja smatraju da partijska identifikacija lakše i češće podleže promenama. Po njima, kumulativna politička iskustva mogu modifikovati partijsku identifikaciju i to čak u toku jednog međuzbornog perioda. Partijska identifikacija podleže promenama, istim kvim su podložni i drugi stavovi.

Tvorci socio-psihološkog modela izbornog ponašanja identifikaciju pojedinca sa strankom shvataju kao "generalno psihološku identifikaciju" individue sa grupom (Cambell, et al., 1976:121), kao "duboko ukorenjenu i trajnu emocionalnu povezanost, ponekad bez ikakve zajednice interesa ili vrednosti u svojoj osnovi, odnosno bez bilo kakve druge racionalne osnove". Tačnije, o identifikaciji se, po ovom shvatanju, "može govoriti kao o čistim emocijama" (Miller, Niemi,

2002:174). Ovakvo poimanje partijske identifikacije "veoma je blisko konceptu religijske identifikacije... Konfesionalne i političke privrženosti formiraju se često pod socijalizirajućim uticajem porodice i drugih i bivaju inkorporisane u doživljaj sebe. Trajnost rituala postaje važno za pojedinčevu shvatanje sopstvenog identiteta. Vremenom, razumevanje sebe, sopstvene ličnosti biva prošireno i uključuje pripadnost grupi" (Miller, 1976:22 prema Miller, Niemi, 2002:175). Kritičari Campbellove postavke, sa druge strane, smatraju da su birači racionalni, da svoj glas daju onoj partiji za koju veruju da će im obezbediti više pogodnosti. Svako, eventualno "neracionalno" ponašanje proizilazi iz neizvesnosti, nedostatka sigurnog znanja o prošlosti, sadašnjosti i budućnosti, odnosno o mogućim događajima (Downs, 1957: 81-82, prema Slavujević, 2005:45). Birač, dakle, na osnovu saznanja kojima raspolaže, procenjuje od koje partije bi mogao da ima (najviše) koristi i njoj daje glas. M. Delli Carpini pokušao je da istraži odnos ovih apolitičnih i funkcionalnih, to jest afektivnih i racionalnih, elemenata partijske identifikacije i konstatovao je da je njihov odnos različit u zavisnosti od tipa ponašanja pojedinca ili stava. Po njemu, racionalni elementi imaju veći uticaj na odluku pojedinca da li da učestvuje na izborima ili ne, nego u slučaju evaluacije kandidata i partija. Afektivna komponenta, u celini gledano, ipak je uticajnija od racionalne, čiji značaj od pedesetih godina prošlog veka u SAD opada (Delli Carpini, 1983:174 prema Slavujević, 2002:222, fusnota 1).

Inače, teorija o partijskoj identifikaciji, ubrzo nakon što je postavljena u SAD, prenesena je u Evropu. Očekivano, koncept partijske identifikacije najlakše je bilo primeniti u Velikoj Britaniji, budući da je reč o zemlji bipartijskog ustrojstva kao i SAD. Primenili su ga D. Butler i D. Stokes, prihvativši mičigensku teoriju i prilagodivši je britanskom slučaju. Naime, prema ovim autorima, klasni identitet u Britaniji čvrsto je uticao na oblikovanje stranačkog identiteta, a onda se na tako formiran partijski identitet "nastavljala psihološka teorija Mičigenaca o glasanju kao obliku iskazivanja "vernosti plemenu" (Butler and Stokes, 1969:95, prema Antonić, 2006:162).¹⁶ Primena koncepta par-

¹⁶ "...laburisti i konzervativci, kao glavni izborni par, nisu se pojavili pre prvog desetleća 20. veka. Ali, zato su klasni koreni politike bili daleko dublji u Britaniji nego u SAD. Pošto se klasni položaj, kao i poistovećenje, prenosio porodično, to je manjak u nasleđu nadoknađen viškom u klasnom poistovećenju" (Antonić, 2006:162).

tijske identifikacije u Evropi, u zemljama u kojima na delu nije bipartizam, pokazala se složenijom. Evropski višepartijski sistemi sa masovnim političkim partijama, utemeljenim na socijalnim i političkim rascepima pokazali su se kao značajna prepreka američkom poimanju ovog koncepta. Partijska identifikacija u Evropi je, takođe, kao i u SAD, posmatrana kao naklonost trajnijeg karaktera, ali ova naklonost je bila posredovana društvenim i političkim rascepima. Naklonost partiji bila je "ukorenjena" u pripadnosti socijalnim grupama. U Evropi, društveni rascepi su bili znatno izraženiji nego u SAD, pa su, kod evropskih birača, partijski identiteti, u značajnoj meri, odražavali podelu u socijalnoj strukturi društva. "Ipak, pokazalo se da se i kod kontinentalnih birača takođe razvio stranački identitet, samo što je on bio često mnogostruk. Ljudi su se poistovećivali sa grupom partija, po pravilu ideološki bliskim. Otuda su evropski istraživači smatrali da ono što je u SAD i Britaniji stranačka poistovećenost, na kontinentu je politička identifikacija. Ali, mehanizam delovanja u odnosu na glasanje i društvene stavove smatran je istovetnim" (Antonić, 2006:162).

Intenzivan industrijski razvoj koji će uslediti, porast materijalnog blagostanja, smanjenje klasnog sukoba i pojačana socijalna diferencijacija po interesnim osnovama, sekularizacija društva i povećana osetljivost građana na nove društvene vrednosti u odnosu na tradicionalne, birokratizacija političkih organizacija, opadanje masovnih partija usloviće promene u tradicionalnom pristupu glasanju, odnosno u shvatanju uloge partijske identifikacije u izbornom ponašanju. Među biračima je zabeleženo značajno smanjenje obima partijske identifikacije i lojalnosti etabliranim partijama, praćeno povećanjem izborne apstinencije. R. Hague i M. Harrop ukazuju na kasne 60-te, odnosno rane 70-te, kao period tokom kojeg otpočinje tzv. *partisan dealignment* - slabljenje veza koje su ranije "držale na okupu" glasače, društvene grupe i političke partije. Slabljenju identifikacije sa partijama doprinosi smanjen uticaj socijalnih rascepa na izbor. Novi, transformisani karakter stranaka (nastanak tzv. *catch-all* partija) i uticaj medija (televizije) takođe utiču na slabljenje starih veza. Kao jedan od faktora oni navode i neuspehe vlasti - razočarenje lošim učincima partije/partija na vlasti (npr. u SAD tokom vijetnamskog rata). Smanjivanje značaja partijske identifikacije kao činioca izbornog ponašanja otvorilo je novo pitanje: koji faktor(i) sad opredeljuje/opredeljuju birače da glasaju onako kako glasaju? Prema njima to su **teme, partijski**

lideri i imidž partije, odnosno faktori kraćeg trajanja (Hague, Harrop, 2004:143).

R. A. Brody i M. Fiorina, na osnovu rezultata panel istraživanja, zaključuju da je promena u partijskoj identifikaciji građana "funkcija kratkotrajnih uticaja". "Studija nacionalnih izbora u periodu 1972-76 (*The 1972-76 National Election Study*) pokazuje da su promene u partijskoj identifikaciji povezane sa (ne)zadovoljstvom građana svojim ekonomskim položajem, stavovima prema Ričardu Niksonu i stavovima prema Fordovom pomilovanju Niksona. Prema rezultatima ranijeg talasa istraživanja, iz 60-ih, demokrate katolici i republikanci protestanti teže da ojačaju svoju identifikaciju, a republikanci katolici i demokrate protestanti nastoje da učine suprotno - upravo ono što bi se očekivalo da su ljudi prilagodili svoje identifikacije kao reakciju na religijsko pitanje pokrenuto u kampanji Kenedi - Nikson. I R. A. Brody i M. Fiorina sugerišu da partijska identifikacija ima svoju kratkotrajnu, ali i dugotrajnu komponentu" (MacKuen, et al., 1984:286).

Rezultati istraživanja prethodno pomenutih autora navode na ključak da pojedinac izbornu odluku može doneti na osnovu nekih drugih faktora - imidža kandidata, tema koje oni pokreću u kampanji, procene vlastitog ekonomskog položaja, a ne (isključivo) na osnovu prethodne identifikacije sa određenom političkom partijom, ali i da ti isti faktori, mogu **pojačati postojeću partijsku identifikaciju**, odnosno **uticati na formiranje**, to jest **promenu, partijske identifikacije pojedinca na osnovu koje bi on u narednom periodu mogao da glasa**. Drugim rečima, sada se sama priroda partijske identifikacije posmatra na drugačiji način. Partijsku identifikaciju, čini se, oblikuje **združeno dejstvo većeg broja faktora, dugotrajnih i kratkotrajnih, i posrednih i neposrednih faktora izborne odluke**. U nastavku treba razmotriti kakav je odraz dugotrajnih i kratkotrajnih faktora izborne odluke na partijsku identifikaciju, a zatim ukazati na to u kojoj meri imidž partija i kandidata i teme koje se pokreću u kampanji samostalno utiču na izbornu odluku pojedinca. Time bi moglo da se dođe do odgovora na pitanje da li je značaj partijske identifikacije u izbornom ponašanju građana bio prenaglašen u odnosu na preostale dve neposredne determinante izborne odluke.

Odnos partijske identifikacije i posrednih faktora izborne odluke

Socijalna utemeljenost partijske identifikacije

Široko je prihvaćeno stanovište u politikološkoj literaturi da linije stranačkih podela i pravci stranačkog grupisanja u osnovi izražavaju temeljne podele u društvu - socijalne, etničke, kulturne, ideološke, vrednosne, političke, religijske i druge. Još na tragu Aristotelovog razlikovanja "partija" bogatih i siromašnih u starogrčkim državama, na temelju radova R. Mihelsa i M. Vebera, Marksove teorije klasne borbe, Paretove funkcionalističke teorije društvenog sistema potvrđivano je stanovište o socijalnom utemeljenju politike i političkih partija, odnosno, "stanovište da političke stranke predstavljaju kanale za izražavanje i realizaciju interesa i vrednosti različitih društvenih grupa, da one artikulišu, promovišu, filtriraju i usklađuju političke interese različitih društvenih grupa kao osnov upravljanja društvom" (Slavujević, 2003:9). Ovo je jedan od dva uticajna pristupa objašnjenju strukturisanja partijskih sistema u demokratskim društvima i naziva se "sociološkim". Fokus u analizi partija, odnosno partijskih sistema, prema ovom pristupu, jeste karakter odnosa koji se uspostavlja između društvenih podela, manifestnih ili latentnih konflikata, i načina njihove političke artikulacije, to jest načina na koji ključne podele u društvu utiču na oblikovanje političkog prostora. U dosadašnjim istraživanjima, identifikovane su različite vrste socijalnih rascepa i partijskih podela u različitim zemljama, uporedne analize su dovele do određenih generalizacija po tipovima društva, činjeni su pokušaji da se uspostavi određena hijerarhija temeljnih rascepa (Kitschelt, 1992; Markus, 1996, Zakošek, 1998) s ciljem da se predvide osnovni pravci partijskih podela i grupisanja (Slavujević, 2003:9), itd.

Pored ovog, u politikološkoj literaturi, od Duvergerovog rada *Political Parties* (1954) uticajan je i tzv. "institucionalistički" pristup strukturisanju partijskih sistema. Prema ovom pristupu, presudnu ulogu u

oblikovanju partijskih sistema imaju institucionalni uslovi, odnosno mogućnosti političkog organizovanja i delovanja, a naročito izborna zakonodavstvo. "Institucionalistički" pristup polazi od stanovišta da socijalni rascepi ne moraju da utiču direktno na stranačke podele. Bez obzira na društveni kontekst, većinski izborni sistem vodi ka dvopartijskom sistemu, a proporcionalni izborni sistem ka višepartijskom sistemu.

"Institucionalistički" pristup suočava se sa prigovorima da ne uvažava socijalni kontekst uspostavljanja i funkcionisanja institucija i političkog nadmetanja, to jest, da ne uzima u obzir broj i tip socijalnih rascepa. Osnovni prigovor ovom stanovištu je da ono predimenzionira jednosmeran uticaj izbornog sistema na partije i partijske sisteme, a da, pritom, zanemaruje povratni uticaj partija na usvajanje određenog izbornog sistema. Istraživanja uticaja koje izborni sistem ima na broj partija sudaraju se s teško rešivim problemima, uslovljenim čvrstim prožimanjem dvaju fenomena, partija i izbora, odnosno njihovim istovremenim nastankom (Stojiljković, 2006:152). Naime, rezultati analize uticaja tipa izbornog sistema na broj partija uvek mogu biti osporeni ocenom da je uspostavljanje takvog izbornog sistema rezultat odluka koje su donele same partije.¹⁷

¹⁷ Z. Slavujević nalazi da "institucionalistički" pristup ne nosi dovoljno heurističkih potencijala za traganje za objašnjenjima po kojim osnovama se partijski sistem (re)strukturiše. Kao primer za ovo on navodi i dešavanja na partijskoj sceni Srbije. Ovaj pristup po njemu ne pruža mogućnosti detaljnijeg objašnjenja zbog čega je na partijskoj sceni Srbije u vreme desetogodišnje primene proporcionalnog izbornog sistema (od 1992. godine) dolazilo do formiranja i razbijanja koalicija i na kojim osnovama su vršena partijska pregrupisanja. (Slavujević, 2003:10). Lavau, jedan od prvih kritičara Duvergeovog pristupa, pisao je da "svet glasanja počiva na malo stvari u odnosu na kompleksne i beskrajno različite faktore, koji različito kombinovani u svakom društvu..., uslovljavaju politički život". Imajući ovo u vidu Z. Slavujević postavlja pitanje kako "institucionalističkim" pristupom objasniti u okvirima jednog izbornog sistema koncentraciju birača jedne partije u određenim geografskim područjima (Slavujević, 2003:10, fusnota 1).

Linije rascepa u društvu kao osnova profilisanja partija i partijskih preferencija birača

Socijalni i politički rascepi definišu se na različite načine. U pokušaju da sintetizuje različita određenja, Z. Slavujević piše da se za socijalne rascepe može reći da počivaju na *trajnim socijalnim razlikama* iz kojih nastaju socijalne strukture. Socijalni rascepi su uvek snažno *strukturisane* podele, sa prepoznatljivim i precizno odredivim socijalnim nosiocima (Slavujević, 2003:11). M. Gallagher, M. Laver i P. Mair socijalne rascepe određuju kao društvenu podeljenost u kojoj su uključene socijalne grupe stiču svoj kolektivni identitet, delom (ali ne i obavezno) i zbog toga što se uspostavlja organizacija, poput crkve, sindikata i sl., koja postaje izraz njihovog kolektivnog identiteta (Slavujević, 2003:11, fusnota 4).

Kao linije društvenog rascepa obično se navode materijalni status, socijalno - profesionalni položaj, veroispovest, jezik, nacionalna pripadnost i dr. Socijalni rascepi se, dakle, temelje na socijalnim razlikama, ali se socijalni rascep ne može svesti na objektivne razlike u položaju pojedinaca u društvu. Ono što razdvaja socijalni rascep od socijalne razlike je upravo postojanje elemenata kolektivnog identiteta, odnosno kolektivne mobilizacije. Onog trenutka kada ovakve objektivne razlike počinju da *proizvode razlike u kulturnim, vrednosnim i drugim obrascima u širem smislu, odnosno generišu svest o pripadnosti društvenoj grupi i njenoj različitosti u odnosu na druge grupe možemo govoriti o društvenom rascepu*. Kada, pak, socijalni rascepi dobiju jasnu političku artikulaciju, postaju *politički rascepi*, pri čemu političke partije predstavljaju najznačajnije, mada ne i jedine, agense njihove artikulacije čime strukturisu sadržaj partijske kompeticije i glavnih konflikata u jednom društvu (Slavujević, 2003:11-12).¹⁸

¹⁸ Prema H. Kitscheltu (1992:11) politički rascep je "obežan strankama koje šalju konkurentne poruke grupama birača koje se razlikuju po položaju u društvenoj strukturi, ideološkim uverenjima i spremnosti da se uključe u političko delovanje". S. Whitefield (2002:181) rascepe definiše kao "snažno strukturisane i postojane linije društvene i ideološke podeljenosti značajnih političkih aktera". U njihovoj osnovi leže podele u društvu, ali su dovedeni i u vezu sa različitim pogledima na svet i političkom kompeticijom, koji su ljudima uključenim u podeljenost u važnosti za politički ishod (Slavujević, 2002:12).

Analizirati političke rascepe podrazumeva, s jedne strane, uvideti kako ključne linije razlikovanja i podela u socijalnoj strukturi i kulturnim sistemima, njihov bipolarni ili segmentisan karakter utiču na podele na polju politike (političko grupisanje), a sa druge strane, na koji način političke institucije, odnosno partije, artikulišu, dimenzionišu značaj ovih rascepa, to jest, kakav je njihov povratni uticaj na promene socijalne strukture.

Struktura jednog društva formira se na izvesnim rascepima izražavajući njihov različit raspored, međuodnose i hijerarhiju. Drugim rečima, struktura konkretnog društva i njegova dinamika posledice su preklapanja i presecanja pojedinih klasnih, nacionalnih, regionalnih ili konfesionalnih podela. Politička, odnosno partijska scena ne predstavlja puko preslikavanje podela na društvenom planu. Ne proizvodi svaka podela u društvu istovremeno i podelu na političkom planu. Samo najznačajniji rascepi u društvu nalaze svoj izraz na polju politike. Linije političkih podela izražavaju temeljne podele na socijalnom planu, preklapaju se sa socijalnim podelama, ali i presecaju ih tako da više društvenih grupa može da koegzistira unutar istog političkog, odnosno partijskog okvira. Političke partije najznačajniji su faktori artikulacije i dimenzionisanja značaja socijalnih rascepa, faktori koji u najvećoj meri uslovljavaju obim i intenzitet socijalne i političke mobilizacije involviranih socijalnih i političkih grupa (Slavujević, 2003:12-13). "Izlazeći" na političko tržište u borbi za naklonost birača one nastoje da kombinuju linije rascepa na najadekvatniji način, utvrđuju svojevrsnu hijerarhiju socijalnih rascepa vodeći računa da ne prevede, ali i da ne preneglase, značaj neke od ovih linija. Naime, neadekvatno davanje prioriteta osama društvenih podela koje ne nalaze potvrdu u realnom položaju, odnosno u **očekivanjima pripadnika različitih socijalnih grupa** vodi ka porazu u borbi za naklonost birača. Postojanost političke artikulacije socijalnih rascepa vodi stabilizaciji partijskog sistema pojačavajući partijsku identifikaciju birača i predvidljivost rezultata izbora (Whitefield, 2002, prema Slavujević, 2003:13). Aktuelne političke podele su, inače, uslovljene prethodnim socijalnim, odnosno političkim podelama tako da i "političke i kulturne organizacije i obrasci pokazuju tendenciju da traju i da često, po zakonu inercije, i nadžive povode, pa i razloge i svrhu svog nastanka" (Stojiljković, 2006:159). S. M. Lipset i S. Rokan su formulisali su hipotezu da su aktuelne političke podele rezultat zamrznutih socijalnih

rascepa, nastalih još s verskom, nacionalnom, političkom i industrijskom revolucijom. Ove revolucije su, prema njima, proizvele četiri osnovne vrste rascepa: država - crkva, centar - periferija, selo - grad i rad - kapital.¹⁹ Stav ovih autora je da nastanak i postojanje svakog od temeljnih rascepa u društvu ima za posledicu uspostavljanje političke dihotomije koja se transponuje i na plan partijskih sistema. Prema R. J. Daltonu, postojana politička artikulacija socijalnih rascepa u periodu nakon Drugog svetskog rata doprinosila je stabilnosti u glasanju. On piše da su istraživanja brzo potkrepila nalaze S. M. Lipseta i S. Rokana o značaju glasanja utemeljenog na podelama u društvu. Došlo se do zaključaka da je uticaj socijalnih rascepa na ishod glasanja značajan, a do izražaja dolazi naročito kada je reč o klasnim i religijskim podelama. Istraživanja posleratnih partijskih sistema sprovedena krajem 60-ih i početkom 70-ih ukazuju na značajnu stabilnost izbornih rezultata.²⁰

¹⁹ Jedan od najčešće citiranih zaključaka S. M. Lipseta i S. Rokana je da "partijski sistemi 60-ih odražavaju, uz neznatne izuzetke, strukturu društvenih rascepa iz 20-ih." Drugim rečima, Lipset i Rokan tvrde da su partijski sistemi na Zapadu "zamrznuti" oko linija rascepa koji su postojali u periodima njihovog formiranja (Dalton, 1996:321).

²⁰ Uticaj društveni rascepa, prema R. J. Daltonu, bio je snažan iz više razloga. U suštini, društveni rascepi reprezentovali su duboke ideološke podele unutar zapadnih demokratija. Klasni konflikt odražavao je različite poglede na prirodu i međuodnose politike i ekonomije. Ekonomski konzervativci, odnosno desnica naglašavali su značaj inicijative pojedinca, prihvatajući socio-ekonomsku nejednakost. Levica, odnosno socijalisti i socijal-demokrate zalagali su se za egalitarnije društvo i zahtevali pojačan ulogu vlade u iznalaženju političkih rešenja za nejednakosti proizvedene socijalnim i ekonomskim sistemima. Slično ovome, konflikti između protestanata i katolika, odnosno sukobi na liniji sekularno - religiozno, reprezentovali su razlike u vrednosnim sistemima. Dalton uočava institucionalne razloge zbog kojih su društvene grupe obrazovale strukturu partijske kompeticije: "Društvene grupe omogućile su političkim partijama da formalizuju bazu za podršku. One su obezbeđivale političku i organizacionu bazu partiji obezbeđujući članstvo, fondove i potrebne glasove na izborima. Socijal-demokratske partije okrenule su se radništvu; Hrišćanski demokrati regrutovali su svoje članstvo na nedeljnim misama. Za same grupe tesne veze sa političkom partijom garantovale su da će biti reprezentovane u zakonodavnom procesu i, nadale su se, u vladi. Štaviše, ovaj obrazac savezništva

Međutim, političke partije su se ubrzo "našle pred novim zahtevima i izazovima", a promene u glasačkom ponašanju, tokom samo jedne decenije, postale su očigledne. Značaj uticaja socijalnih rascepa na izbor počinje da slabi (Dalton, 1996:322). I prema K. von Beymeu hipoteza o "zamrnutim linijama rascepa" delovala je od 20-ih do 60-ih godina prošloga veka, ali "već 70-ih se činila pogrešnom kad su novi društveni pokreti i populističke partije uzdrmali partijske sisteme na Zapadu" (Beyme, 2002:83). Gotovo istovetnog mišljenja je i A. Lajphart (2003: 127-132).

Slabljenje uticaja socijalnih rascepa na izbornu ponašanje

Klasni rascep

Klasni rascep je jedna od društvenih karakteristika kojoj su, kao determinanti izbornog ponašanja, istraživači posvetili najviše pažnje. Po S. M. Lipsetu reč je o jednoj od najznačajnijih osnova partijske podrške: "Čak iako se mnoge partije odriču principa klasnog sukoba ili lojalnosti, analiza njihovih obraćanja i podrške sugerišu da one zaista zastupaju interese različitih klasa. Na svetskom nivou, *uopšteno* bi se moglo reći da se partije prevashodno zasnivaju ili na nižim ili na srednjim, odnosno višim klasama" (Lipset, 1981:230, prema Dalton, 1996:322).²¹

A. Lajphart, u pregledu savremenih partijskih sistema, ukazuje na klasni rascep kao najznačajniju dimenziju konkretnih zalaganja partija u demokratskim partijskim sistemima. Društveno-ekonomska dimenzija je najznačajnija od sedam dimenzija koje se odnose na konkretna zalaganja stranaka u trideset šest demokratskih partijskih uređenja

obezbedio je značajnu referentnu strukturu u orijentaciji građana i političke elite ka svetu politike. Jednom uspostavljen, ovaj institucionalni okvir proizvodio je sistem samoosnažujućih političkih savezništava" (Dalton, 1996:321). O podeli "levica - desnica" kao osnovnoj ideološkoj osi partijskih podela, koju pored R. J. Daltona razmatraju i drugi autori, više reči biće u nastavku testa.

²¹ S. M. Lipset ne koristi termin *rascep* nego *sukob* (*conflict*). Na ovo ukazuje i J. Komšić: "Lipset ne pravi precizniju distinkciju između srodnih pojmova kao što su: "sukobi", "podele" i "razdori" (Komšić, 2003:23).

u periodu od Drugog svetskog rata do 1996. godine.²² Činjenica da je ova dimenzija jedina znatnije prisutna u svih trideset šest stranačkih sistema, po njemu, potvrđuje "čuvenu formulu Sejamura Martina Lipseta (1960:220) da se izbori mogu shvatiti kao "izraz demokratske klasne borbe" (Lajphart, 2003:128).

Ipak, koliko god izorno ponašanje bilo determinisano pripadnošću birača klasi, pokazalo se da ono nije nepromenljivo. Empirijski podaci iz prvog talasa komparativnih studija izbora pokazuju da su se zamrznuti rascepi počeli "topiti". Opšti trend je, po R. J. Daltonu, jasan - klasno glasanje je u opadanju. Istraživanja pokazuju da se u Švedskoj, Velikoj Britaniji i Australiji indeks klasnog glasanja gotovo prepolovio kada je reč o izborima nakon Drugog svetskog rata. U Nemačkoj, pad je još veći i iznosi gotovo dve trećine. U Sjedinjenim Državama, pad klasnog glasanja vidljiviji je na predsedničkim, nego na izborima za Kongres. Pad je evidentan i u Japanu i skandinavskim zemljama. P. Nieuwbeerta (1995), obradivši podatke o klasnom glasanju u 20 industrijski visoko razvijenih demokratskih zemalja, došao je do zaključka da je reč o "opštoj eroziji" u glasanju zasnovanom na klasnim razlikama (Dalton, 1996:323).

Dokazi o umanjenom značaju klasne podele na izorno ponašanje otvorili su nova pitanja. Izvestan broj istraživača tvrdi da se priroda klase u visokoindustrijalizovanim društvima menja i da uticaj klasne pripadnosti na rezultate izbora nije ništa manji nego ranije. Tako, J. Goldthorpe (1980) predlaže novu kategorizaciju društvene klase koja bi, pored tradicionalnih kriterijuma (visina prihoda, manuelni - nemanuelni rad) trebalo da uključi i pojmove autonomije posla i odnos prema autoritetima (Dalton, 1996:324).

Drugi istraživači su istraživali druge kriterijume, koji nisu neposredno vezani za posao kao osnovu socio-ekonomskog rascepa, kao što je obrazovni rascep koji razdvaja dobro i slabo informisane, odnosno konflikt na liniji javno - privatno. Insistira se na razlici između radnika zaposlenih u privatnom i javnom sektoru, čak između potrošača javnih dobara (korišćenje javnog prevoza, lečenje u državnim bolnicama...) i privatnih dobara (korišćenje ličnih automobila, privatna lekar-

²² Pored društveno-ekonomske, Lajphart navodi versku, kulturno-etničku, urbano-ruralnu dimenziju, dimenziju podrške režimu, dimenziju spoljne politike i postmaterijalističku dimenziju.

ska nega, život u sopstvenim stanovima), pa će doći do zaključka da građani kojima se može pripisati atribut "javno" u većoj meri glasaju za partije levice, a oni kojima se može pripisati atribut "privatni" za partije desnice.²³ Ukazuje se na značaj podela na osnovama obrazovanja ili, čak, profesija povezanih sa proizvodnjom nematerijalnih, odnosno kolektivnih usluga (Boy, Mayer, 1999:154).

Rekonceptualizovani klasni okvir ipak nije pokazao da je uloga klasnog glasanja snažna kao što je bila u prošlosti. Pad klasnog glasanja u Francuskoj je očit i mogao bi se pripisati prelazu Francuske od industrijskog ka "postindustrijskom" društvu (Boy, Mayer, 1999:153). Komparativne analize pokazale su da je reč o "opštoj eroziji uticaja socijalnog statusa na izbor partije". Podaci iz Svetske studije vrednosti 1990-1991, u kojoj je u obzir uzet širi klasni okvir (*an expanded measure of social class*), potvrđuju da je značaj klasne pozicije birača na njegov izbor političke partije umanjen (Dalton, 1996:324). U jednom pregledu empirijskih istraživanja koji se odnosi na period 1950-1990 godine, M. Dogan (1995) uočava, paralelno sa klasnim, opadanjem i religioznog glasanja i partijske vezanosti građana (Pantić, 2003:96).

Religijski rascep

Uz klasni, verski rascep predstavljao je najznačajniju socijalnu poddelu u zapadnom svetu. "Kao i u slučaju klasnog rascepa, religijski konflikti određivali su strukturu konflikta elita i političkih savezništava tokom kasnog 19. veka. Političke partije, formirane nakon proširenja (*extension*) biračkog prava, često su se vezivale za specifične religijske interese - katolika ili protestanata, vernika ili sekularizovanih" (Lipset nad Rokkan, 1967, prema Dalton, 1996:325).

Rana empirijska istraživanja izbornog ponašanja ukazala su na veliki značaj religijskog rascepa. R. J. Dalton piše da su R. Rose i D. Urwin ispitivali socijalnu utemeljenost partijske podrške u 16 zapadnih demokratija. On prenosi njihov često citirani zaključak da "verske, a ne klasne podele danas predstavljaju glavni socijalni temelj partija u

²³ Način života, to jest razlika između zaposlenika u proizvodnom sektoru i onih koje nazivamo japijima karakteristika je pomoću koje takođe pokušavaju da se definišu socijalne, odnosno klasne pozicije građana (Dalton, 1996:324).

zapadnom svetu". Jednu deceniju kasnije, krajem 70-ih godina, A. Lajphart vrši poređenje klasnih, religijskih i lingvističkih rascepa u četiri demokratska poretka i dolazi do zaključka da "religija ima naj snažniji uticaj na biračev izbor" (Dalton, R. J., 1996:326). Međutim, uprkos dokazima o snažnoj vezi između religijskih i partijskih preferencija birača, verski rascep je gubio na značaju u periodu posle Drugog svetskog rata. U evropskim zemljama sa katoličkim i protestantskim stanovništvom i bogatom istorijom katoličko-protestantskog antagonizma, verske tenzije su u najvećoj meri nestale i te dve grupe su čak pokušale i da se politički ujedine.²⁴

Slabljenje religijskog rascepa, odnosno njegovog uticaja na glasanje, sledilo je obrazac slabljenja uticaja klasnog glasanja. Modernizacija društva podrivala je osnove religijskog glasanja, čini se, na isti način na koji je "zamaglila" prethodno jasno izražene linije klasnih podela.

Izmene u načinu života i religijskim uverenjima građana uticalo je na njihovo smanjeno učešće u aktivnostima crkve. R. J. Dalton nalazi da je u zapadnim demokratijama sve manje glasača koji su integrisani u religijske mreže i da su religijski podstreci sve manje značajni kada je reč o glasanju na izborima (Dalton, 1996:326).²⁵ Ovo je naročito uočljivo kod mladih, a svaka nova generacija pokazuje veću distancu u odnosu na prethodnu generaciju (Boy, Mayer, 199:153).²⁶

²⁴ Hrišćansko-demokratska unija posleratne Nemačke osnovana je kao zajednička katolička i protestantska partija. U Holandiji katolička stranka i dve glavne protestantske stranke predstavile su zajedničku listu na izborima 1997. godine spojivši se u jedinstvenu partijsku organizaciju. Osim toga, kako verske partije tako i njihovi anticrkveni protivnici ublažili su u značajnoj meri svoje zahteve i protivzahteve (Lajphart, 2003:129).

²⁵ Među katoličkim zemljama Evrope učestalost poseta crkvama opala je gotovo za polovinu u odnosu na 50-te godine prošlog veka. Dominantno protestantske zemlje, poput zemalja severne Evrope i Sjedinjenih Američkih Država, u kojima je učestalost poseta građana crkvama inače manja nego u katoličkim zemljama, beleže istovetan trend (Dalton, 1996:326).

²⁶ Mada je katolicizam i dalje glavna religija u Francuskoj, procenat Francuza sa pravom glasa koji se deklariraju kao katolici opada. U 1978. godini 82% građana sa pravom glasa izjašnjavali su se kao katolici, a 1997. godine u zemlji ih je bilo 73%. Među samim katolicima opada učestalost

Zaključci brojnih istraživanja jesu da je došlo do smanjenja uticaja religijskog rasepa na glasanje birača na izborima. S jedne strane, smanjile su se razlike među partijama verskog bloka, a sa druge strane, ublažen je rasep na liniji versko - sekularno. Proces sekularizacije konstantno povećava broj nereligioznih birača čije se partijske preferencije sve manje zasnivaju na religijskim privrženostima. Ipak, čini se da se autori slažu da podela versko - sekularno ima mnogo jači uticaj na partijske preferencije nego razlike u veroispovesti. R. J. Dalton podvlači da je na osnovu podataka Svetske studije vrednosti lako uočiti da razlike na liniji versko - sekularno u biračkim preferencijama nisu sledile tako dramatičan trend pada kao u slučaju klasnog glasanja. "Uprkos malobrojnim striktno religijskim pitanjima u većini kampanja, verska privrženost je često snažan prediktor izbora partije. Hrišćanski fundamentalizam postaje sve značajniji na izborima u Sjedinjenim Državama. "Uposlivši" televiziju i ostala sredstva masovne komunikacije, evangelistički lideri mobilišu sve više ljudi na osnovu tema koje se tiču morala i tradicionalnih porodičnih vrednosti..." (Dalton, 1996:327). Verske i sekularne partije su, prema nalazima A. Lajpharta, podeljene po nizu etičkih pitanja kao što su stupanje u brak, odnosno razvod braka, prava homoseksualaca, kontrola rađanja, abortus, seksualno vaspitanje, pornografija i sl. Ova pitanja postala su naročito značajna od kasnih šezdesetih, pa Lajphart nalazi da je rasep na liniji versko - sekularno aktuelan u više od polovine od 36 zemalja u kojima je vršio istraživanja. Konačno, treba imati u vidu da ovaj rasep može da reflektuje efekte drugih varijabli povezanih sa religijskim ponašanjem građana - demografskom (starost i pol, ekonomskom (imovinsko stanje, visina prihoda), odnosno sociokulturnom (stepen obrazovanja, zanimanje...), itd.

Etnički i rasni rasep

Pored klasnog i verskog, velika pažnja posvećuje se etničkom rasepu kao determinanti izbornog ponašanja građana, a u Sjedinjenim Američkim Državama značajan je i rasni rasep. Sumirajući rezul-

odlazaka u crkvu. Onih koji redovno odlaze na misu, najmanje jednom ili dvaput mesečno, 1978. bilo je 21% registrovanih birača, dok ih je 1997. godine bilo 16% (Boy, Mayer, 1999:154).

tate više istraživanja, R. J. Dalton zaključuje da etnički rascep predstavlja "odstupanje od pravila o opadajućoj ulozi socijalnih rascepa".²⁷ Pri tome, on naročito upućuje na rezultate istraživanja Talea (1993) i Carminesa i Stimsona (1989) koji ukazuju na snažnu povezanost između crnačkog stanovništva i Demokratske partije u SAD, odnosno na obrasce u glasanju imigrantskih manjina u Evropi (Dalton, 1996:328). I prema A. Lajphartu, američke partije nemaju isključivo etničku osnovu, ali demokrate su uvek bile osetljivije i važile za predstavnika interesa etničkih i rasnih manjina. Etnički rascep je, prema ovom autoru, od značaja u gotovo svim zemljama koje on opisuje kao pluralistička društva.²⁸ U najvećem broju zemalja etnička pitanja su od velikog značaja. Dva izuzetka su etnički veoma podeljene Indija i Švajcarska u kojima je verski rascep mnogo veći faktor diferencijacije na nacionalnom nivou (2003:131).

Rascep na liniji urbano - ruralno

Razlike između ruralnih i urbanih sredina i interesa njihovih žitelja javljaju se u svim demokratskim društvima, ali predstavljaju izvor formiranja dimenzija stavova u partijskom sistemu kod manjeg broja zemalja. Tamo gde ima zemljoradničkih partija, uglavnom u nordijskim zemljama, one su, usled opadanja ruralne populacije, pretežno postale manje ruralne i obraćaju se i urbanim biračima.²⁹ U Sjedinjenim Državama rascep na liniji urbano - ruralno predstavlja jedan od dva značajna aspekta tzv. izborne geografije. Reč je o oštrm kontrastu u snazi dveju partija u gradovima, prigradskim naseljima i ruralnim oblastima. Demokratska stranka se snažno oslanja na podršku stanovnika gradova koji čine oko 29% biračkog tela. Isto tako snažno

²⁷ "Etnicitet ima potencijal da bude osnova snažnog rascepa budući da involvira oštre razlike i snažno razvijen osećaj pripadnosti grupi" (Dalton, 1996:329).

²⁸ U pluralistička društva A. Lajphart ubraja Indiju, Španiju, Kanadu, Belgiju, Švajcarsku, Izrael, Papua Novu Gvineju, Trinidad i Mauricijus.

²⁹ Danski liberali i islandski progresivci su izvorno zemljoradničke partije. Između 1957. i 1960. godine nazive su promenile švedska, norveška i finska zemljoradnička partija. Australijska nacionalna stranka zvala se Zemaljska stranka i bila je branilac ruralnih i farmerskih interesa (Lajphart, 2003:131).

uporište Republikanske partije je stanovništvo ruralnih oblasti koji čine gotovo isti procenat birača - 28%. Stanovnici prigradskih naselja čine 43% biračkog tela i blago su naklonjeniji republikancima (Wirls, 2001:104).

Drugi aspekt "izborne geografije" u SAD čine razlike u glasanju stanovnika različitih regiona. Ono što je bilo naročito uočljivo na predsedničkim izborima iz 2000. godine jeste promena koja se dogodila kada je reč o partijskoj privrženosti birača pojedinih regiona. Nekada demokratski Jug snažno je uporište Republikanske partije. Na pomenutim izborima, G. Buš je osvojio svih 100% elektorskih glasova na Jugu. Situacija je gotovo identična na Istoku gde je više od 90% elektorskih glasova pripalo kandidatu Demokratske stranke A. Goru. Rascep na liniji urbano - ruralno u SAD odražava i značajnu rasnu, to jest kulturnu podelu. Naime, 90% Afro-amerikanaca, koji na nivou zemlje čine značajan procenat birača u velikim gradovima, glasalo je za kandidata demokrata, kao i više od dve trećine Hispano-amerikanaca (Wirls, 2001:102-104). Na sledećim izborima 2004. godine, situacija, u pogledu glasanja crnog stanovništva, gotovo je identična (88% za J. Kerrya), ali je broj glasača hispano porekla koji su glasali za J. Kerrya znatno manji - 53% (www.historylearningsite.co.uk, 20. jul, 2006.).

Rodni rascep

Smatra se da u Sjedinjenim Državama od 1980. godine nijedan politički rascep među biračima nije tako pomno praćen kao "rodni jaz" - političke razlike između muškaraca i žena. "Iako neznatan u poređenju sa ustaljenim društvenim podelama, istrajnost ovog rascepa zaintrigiralo je analitičare", a izbori 2004. godine pokazali su da žene u znatnijem broju glasaju za kandidate Demokratske, a muškarci za kandidate Republikanske partije. Rodna razlika igrala je značajnu ulogu na predsedničkim izborima 2000. godine. U obe predsedničke kampanje ovom rascepu se pristupilo ozbiljno. A. Gore je bio "pritisnut" da uveća svoje prednosti kod žena, a od G. Busha je traženo da zaustavi odliv podrške ženskog dela biračkog tela. Oba kandidata su otišla tako daleko da su se pojavili u popularnom ženskom talk-show programu "Oprah" (Wirls, 2001:100).

Rascep na liniji materijalizam - postmaterijalizam - osnova novog političkog rascepa

Rascep na liniji materijalizam - postmaterijalizam razmatra se u širem kontekstu kulturno-vrednosnog rascepa kao determinante izbornog ponašanja građana.³⁰ Odnos na liniji kulturno-vrednosni rascep - partijska preferencija je dvosmeran budući da dimenzije ovog rascepa utiču na oblikovanje političkih partija, a sa druge strane, partije artikulišu ovaj rascep. Ova relacija pod uticajem je i drugih faktora, bilo da neki činioci oblikovanja partija prethode kulturno-vrednosnim rascepima, bilo da se javljaju istovremeno sa njima ili da je ovaj odnos posredovan nekim trećim činiocima.³¹ Prva empirijska istraživanja vrednosti birača sprovedena su još tridesetih godina prošloga veka. Rezultate prvih istraživanja u Engleskoj izneo je H. J. Eysenck 1954. godine predloživši dve tipologije koje su i danas aktuelne za razmatranje partijskog diferenciranja.³² Ipak, tek krajem 60-ih godina krenulo se sa učestalijim empirijskim istraživanjima vrednosti kao determinante i korelata glasanja.

Autori nekih od prvih istraživačkih pregleda ove vrste u SAD (Campbell et al., 1960; Converse 1964) došli su do zaključka da je uloga

³⁰ O kulturno-vrednosnom rascepu kao determinanti izbornog ponašanja već smo govorili analizirajući jednu njegovu dimenziju - vrednosnu dimenziju religioznost - nereligioznost, to jest verski rascep.

³¹ D. Pantić ukazuje na moguće modele pomenutih odnosa: 1) Vrednosti mogu biti prethodeći faktor ili kulturna pozadina partijskih preferencija zato što one u društvu pretežno postoje znatno pre nego određene partije. Ovo se može ilustrovati na slučajevima zemalja Istočne Evrope gde politički pluralizam tek nedavno zaživeo; 2) Vrednosti su intervenirajuće varijable između, na primer, klasne pripadnosti i izbornih orijentacija; 3) Vrednosti su rezultat pripadnosti političkim partijama i 4) Slojna pripadnost, vrednosti i izborna orijentacija mogu biti međusobno uslovljene u nekom kružnom modelu ili sve mogu biti pod primarnim uticajem neke četvrte, najdublje determinante (Pantić, 2003:95).

³² Prva tipologija kombinuje u koordinatnom sistemu dimenziju "radikalno - konzervativno" kao jednom osom, ukrštenu sa drugom osom koju čini dimenzija "autoritarizam - demokratska orijentacija". Druga tipologija uključuje u koordinatnom sistemu pomenutu dimenziju "radikalno - konzervativno", ali sada ukrštenu sa projekcijom ličnosti na domen političkih stavova koju H. J. Eysenck označava kao dimenziju "tvrd/grub temperament spram nežnog/mekog temperamenta" (Pantić, 2003:95).

političkih vrednosti i ideologije u partijskim opredeljenjima ondašnjih građana, odnosno birača bila mala.³³ Međutim, u sedamdesetim godinama 20. veka nađeno je da se u SAD uticaj ideologije na izbornu odluku povećava (Nie et al. 1976). R. J. Dalton će 1988. godine jednim komparativnim istraživanjem pokazati da je "aktivno korišćenje ideologije" manje rašireno nego "razumevanje dimenzije 'levo - desno', jer je ovo drugo moguće za znatnu većinu građana" (Pantić, 2003:96).

Sredinom sedamdesetih godina dvadesetog veka, niz autora dokazuje presudni značaj ideološke dimenzije "levica-desnica" kao determinante izbornog ponašanja birača u Francuskoj. C. J. Fleury i M. S. Lewis-Beck ukazuju na nalaze R. Ingleharta i H. D. Klingemana, po kojima, u slučaju Francuske, partijska identifikacija nije osnovna determinanta izbornog ponašanja, već da je to ideologija. Po njima, Francuska je najbolji primer političke kulture u kojoj ideologija dominira u odnosu na partijsku privrženost. Do istovetnog zaključka, po C. J. Fleury i M. S. Lewis-Becku, dolazi i A. Percheron u radu o političkoj socijalizaciji *Ideological Proximity among French Children: Problem of Definition and Measurement* iz 1977. godine. Partijska identifikacija je, po ovoj autorki, irelevantan koncept kada je o Francuskoj reč. Ona tvrdi da se ideološka privrženost, a ne partijska, u Francuskoj prenosi sa roditelja na decu. F. Haegel (1990) piše da partijska

³³ A. Campbell ideologiju određuje kao "masivni most koji dovodi u vezu mnoštvo nepolitičkih događaja sa spoznajama političkih stvari", odnosno kao "medijum političke interpretacije *par excellence*". Onaj ko stvari posmatra ideološki ili, kako ga A. Campbell naziva "posednik ideologije" (*the possessor of ideology*), s lakoćom može pripisati političko značenje događajima i stanjima unutar šireg socijalnog, ekonomskog ili religijskog poretka... Međutim, kada se imaju u vidu dokazi o dugotrajnom karakteru partijske lojalnosti i dokazi o promenama unutar procesa političke interpretacije kada je reč o specifičnim pitanjima, dolazimo do zaključka da događaji izvan političkog polja tek neznatno utiču na evaluaciju partijskih odluka na masovnom nivou." Drugim rečima, ideologija uzeta kao medijum koji "dovodi u vezu širok opseg ljudskih iskustava sa dinamičkim evaluacijama politike nije raširena kod američkog stanovništva". Razmatrajući relaciju *ideologija - promena partijske identifikacije*, A. Campbell i saradnici nalaze da se "ideološki obziri" čine trivijalnim u pokušaju da se njima objasni glavni tok političkog ponašanja (1976:202).

privrženost nikad nije bila "*très prégnant*" u Francuskoj (Fleury, Lewis-Beck, 1993a:1100).

Početakom 90-ih godina, vodi se oštra rasprava o značaju ideološke polarizacije na osi "levica-desnica" u kojoj se pobija tvrdnja P. E. Conversea i R. Piercea da u Francuskoj presudni značaj za izbornu orijentaciju birača ima partijska, a ne ideološka orijentacija. C. J. Fleury i M. S. Lewis-Beck u radovima iz 1993. godine *Anchoring the French Voter: Ideology versus Party* i *Déjà Vu All Over Again: A Comment on the Comment of Converse and Pierce* tvrde da P. E. Converse i R. Pierce nisu dobro interpretirali podatke svojih istraživanja iz 1967. godine i da partijska identifikacija nije "psihološko sidro" francuskog biračkog tela. U pogledu raširenosti ideološke, odnosno partijske identifikacije, C. J. Fleury i M. S. Lewis-Beck nalaze da je više od 20% onih koji imaju ideološku identifikaciju nego partijski identifikovanih. Kada je reč o snazi uticaja ovih dveju identifikacija na odluku glasača za koga da glasa "samolociranje" na skali levo-desno ima dvostruko jači uticaj od identifikacije sa partijom (Fleury, Lewis-Beck, 1993a:1100-1118, 1993b:1118-1126).

Pišući o značaju partijske identifikacije za biračko telo Srbije Z. Slavujević navodi da su rezultati istraživanja pokazali da se partijska identifikacija smatra manje značajnim vidom identifikacije od identifikacije sa nacijom, religijom, zemljom, mestom u kome ispitanici žive, odnosno zanimanjem kojim se bave. Ispitanici smatraju da privrženost nekoj od partija ne znači ništa posebno za njihovu životnu situaciju i zadovoljavanje potreba. Međutim, ovakvim poređenjem sa drugim vidovima identifikacije utvrđuje se samo **stav ispitanika** o značaju partijske identifikacije, ali ne i njen stvarni značaj. Sudeći po drugim, objektivnim indikatorima, njen stvarni značaj neuporedivo je veći. Drugim rečima, znatno je viša korelacija između političkih stavova građana (o spoljnoj politici, načinu vladavine određene partije, unutrašnje-političkim temama itd.) i njihove partijske identifikacije nego između njihovih stavova i drugih vidova identifikacije - lokal-patriotske, nacionalne, religijske, profesionalne i dr. (Slavujević, 1997:92).

Na osnovu rezultata tri talasa iz Svetske studije vrednosti, R. Inglehart je nastojao da poveže vrednosti građana sa njihovim partijskim identifikacijama i došao je do zaključka da se "politika na Zapadu sve manje polarizuje prema društvenoj klasi, a sve više prema vrednostima", kao i da je "rastuća tendencija za biračka tela na Zapadu da se

polarizuju prema materijalističkim nasuprot postmaterijalističkim vrednostima" (Inglehart, 1990, prema Pantić, 2002.82).³⁴ Međutim, G. Thernborn smatra da dihotomija materijalističkih naspram postmaterijalističkih vrednosti ne može biti alternativa klasi u predviđanju političke pripadnosti građana "zato što je ona sama u velikoj meri tradicionalna levo-desna opozicija". On, takođe, nalazi da je "klasno uslovljeno glasanje još distinktivna karakteristika Evrope osamdesetih" (Pantić, 2002.82; 2003:96).

R. Inglehart u preferencijama postmaterijalističkih, odnosno postmodernih naspram materijalističkih vrednosti vidi preokret od političkih rascepa zasnovanih na klasnim konfliktima ka rascepima zasnovanim na kulturnim, postmaterijalističkim pitanjima. Zaštita životne sredine, ženska prava, pitanja koja se tiču kvaliteta života ("potreba da se ljudi više pitaju kada je reč o odlučivanju na poslu i u lokalnoj zajednici", "pokušaj da se naši gradovi i priroda učine lepšim" (Lajphart, 2003.132) pitanja su koja, prema ovom autoru, privlače značajan broj birača. Ova pitanja, s jedne strane, dobijaju na značaju usled slabljenja tradicionalnih veza partija i društvenih grupa. Manji je broj glasača koji su danas svojom pripadnošću društvenoj grupi vezani za određenu političku partiju pa stoga mogu biti mobilisani novim problemima. Sa druge strane, karakteristike postmaterijalističkih pitanja koja presecaju stare linije podela doprinose njihovom daljem slabljenju. Ova pitanja privlače pažnju upravo onih koji su slabije integrisani u tradicionalne društvene rascepe: mlade, obrazovanije, nereligiozne... U početku su ova pitanja bila prosto "dodata" političkoj agendi industrijski razvijenih zemalja predstavljajući "skup diskretnih interesa" (*a set of discrete concerns*). Međutim, postepeno zastupnici ovih problema počinju da izražavaju širi, uobličen pogled na politiku. Pitanja zaštite životne sredine smeštaju se u termine konceptualizacije održivi-

³⁴ R. Inglehart je do pojma postmaterijalističkih vrednosti došao posle dugogodišnjih empirijskih istraživanja. Po njemu je nakon Drugog svetskog rata u zapadnim zemljama pod uticajem rasta životnog standarda došlo do pomeranja prioriteta vrednosti sa težnje za materijalnim blagostanjem ka kvalitetu života i humanizaciji društva što vodi transformaciji tih zemalja ka demokratskom, otvorenom i postmodernom društvu. Konkretno, postmaterijalističke vrednosti obuhvataju promene u radnoj motivaciji, pomeranje ekološke vrednosti u prioritete, isticanje estetskih vrednosti, veći značaj tolerancije itd.

vog društva; pitanja rodni razlika i položaja manjina postaju deo šire rasprave o ljudskim pravima itd. (Dalton, 1996:332).

R. Inghart smatra da ova međusobno povezana pitanja predstavljaju **osnovu jednog novog političkog rasepa, odnosno da sledi promena tradicionalne dimenzije "levo-desno"**.³⁵ Prema njemu, podrška levcici raste kod postmaterijalista srednje klase, dok nova desnica obezbeđuje podršku kod pripadnika radničke klase zato što se oni osećaju manje sigurnima u promenama (Pantić, 2003:96). Inače, novu levicu danas reprezentuju zelene partije Nemačke, Francuske, Holandije, Danske... Predstavnik nove desnice nalazimo u francuskom Nacionalnom frontu, austrijskoj Slobodarskoj partiji itd.

Postmaterijalizam je, prema A. Lajphartu, postao izvor nove dimenzije u malom broju partijskih sistema. Objašnjenje za ovo, prema njemu, leži u tome što se taj fenomen javio samo u razvijenim zemljama, i to nedavno, i što su, stoga, postmaterijalističke stranke ostale male i bez jasnog koalicionog potencijala. Ipak, norveška i švedska stranka centra uspele su da naprave uspešan prelaz od staromodnih ruralnih ka modernim vrednostima zaštite životne sredine. Nemačka Stranka zelenih učestvovala je u nekoliko vlada na nivou država članica i smatralo se da ima koalicioni potencijal na saveznom nivou čak i pre nego što je ušla u saveznu vladu kao partner socijalista 1998. godine (Lajphart, 2003:132).

R. J. Dalton piše da istraživanja ukazuju da novi rasep na liniji "levica-desnica" utiče na preoblikovanje ideološkog identiteta izvesnog broja birača. "Ljudi mogu da koriste ovu podelu kao referentnu

³⁵ Linija razvrstavanja partija na osi "levica-desnica" tokom 20. veka zasnivala se na najopštijem planu na odnosu prema *radu* i *kapitalu*, odnosno prema *tipu društva* (socijalizam - kapitalizam). Otuda nastaju i razlike prema *promenama u društvu* (promene - održavanje postojećeg), *sredstvima promena* (vaninstitucionalne, radikalne, čak i nasilne promene, revolucija - institucionalne, postepene promene, reforme), i *socijalnim akterima promena* (radnička klasa organizovana u političke partije i sindikate - slobodno organizovani građani). Podela se zasnivala i na konkretnim političkim stavovima o: *dominantnom tipu svojine* (državna/društvena - privatna svojina), *ulozi države u regulaciji društvenih procesa* (etatizam - liberalizam), odnosno *tipu privrede* (planska - tržišna privreda), *pravima i slobodama* (kolektivna prava - individualna prava) itd. (Slavujević, 2003:131).

strukturu za procenu političkih stimulansa na osnovu koje će usmeriti svoje političko ponašanje, čak iako nemaju razvijen apstraktni okvir... Dalje, orijentacije zasnovane na podeli "levo-desno" prate osnovne linije političkih konflikata u društvu. Kada se ljudi preorijentišu ka novom rascepu "levo-desno", koji reflektuje njihove nove vrednosti i interese, stvara se nova potencijalna osnova političkog rascjepa. Promena u sadržaju orijentacije "levo-desno" obuhvata korenitu transformaciju "masovne politike", a ne samo puku promenu u pogledu problema. Ova promena utiče na to kako građani procenjuju politiku i orijentišu se u političkom procesu. Ipak, korelacija između stavova zasnovanih na podeli "levo-desno" i problema iz tri oblasti - uloga vlade u ekonomiji (klasno pitanje), stavovi prema abortusu (versko pitanje) i postmaterijalističke vrednosti pokazuju da tradicionalna ekonomska pitanja države blagostanja još opstaju u javnostima zapadnih zemalja" (Dalton, 1996:333). Kada je reč o abortusu kao verskom pitanju, pokazalo se da je, u religijski podeljenim društvima (Nemačka, Holandija, SAD) i u dominantno katoličkim zemljama (Irska, Italija, Španija), ovo pitanje još uvek "deo suštine političkog identiteta birača". U većini protestantskih zemalja ovo pitanje nije više deo političke agende. Postmaterijalističke vrednosti utiču na oblikovanje političkog identiteta građana. Na ovo ukazuju podaci o odnosu stavova i partijskih preferencija iz kojih se vidi da u bar pet zemalja izmerene korelacije između stavova o postmaterijalističkim vrednostima i partijskih preferencija prevazilaze odnos između stavova o ekonomskim pitanjima i partijskih preferencija (Dalton, 1996:333).

Iako značajna, **pitanja zasnovana na postmaterijalističkom rascepu očitno nisu zamenila tradicionalne rascjepa**, to jest pitanja u čijim osnovama leže ovi rascjepi, nego su **pridodata političkom okviru savremenih demokratija**. K. von Beyme smatra da je, i i pored pojave novog rascjepa (materijalizam - postmaterijalizam), 80-ih godina došlo je do "poravnanja na (partijskoj - S.A.) pozornici", a izborni rezultati potvrdili su "historijsku djelotvornost velikih rascjepa" (Beyme, 2002:83). Jasna struktura rascjepa, prema ovom autoru, slovi kao jedan od uslova konsolidovanog partijskog sistema. Analizirajući situaciju u zemljama Južne Evrope nakon 1974. i Istočne Evrope nakon pada komunizma 1989. godine, on ustanovljava da su se linije rascjepa u početku činile krajnje nejasnima. Neki tradicionalni rascjepi su izgubili važnost (grad - selo) dok su neki još uvek bili u povelju (rad -

kapital), odnosno u obnavljanju (prozapadna orijentacija - nacionalizam).³⁶ K. von Beyme navodi da izvesni rascepi mogu dobiti posebno značenje usled činjenice da su neki drugi rascepi jedva приметni. Kao primer navodi Veliku Britaniju u kojoj je istaknuta uloga pripala klasnom sukobu u vremenima u kojima su verski rascepi, etnički i regionalni rascepi bili jedva vidljivi. U Istočnoj Evropi, pak, bilo je obratno. Rascep na liniji rad - kapital nije bio dovoljno izražen na početku demokratizacije, ali je preterano porasla važnost sukoba centar - periferija. Zbog te okolnosti, nacionalizam i regionalizam su ojačali u partijskim sistemima.³⁷ Zaključak ovog autora, kada je reč o socijalnim i političkim rascepima u postkomunističkim društvima Istočne Evrope i njihovoj refleksiji na partijsku scenu, jeste **da četiri klasične linije rascepa iz Lipset - Rokanove tipologije nisu dovoljne da bi se objasnile podele u okviru političko - partijskog spektra**. "Nastalo je osam crta sukoba, ali oni nisu u svakoj zemlji proizveli šesnaest stranaka. Neki polovi sukoba bili su povezani i predstavljala ih je jedna stranka. Drugi su izgubili važnost tijekom prvih deset godina konsolidacije (centralizam - decentralizam, materijalizam - postmaterijalizam)" (Beyme, 2002:83).

Kada je reč o zemljama u tranziciji, značajni su zaključci i onih autora po kojima partijske podele i izborna borba nisu utemeljene u društvenim rascepima. Z. Slavujević piše da su, po A. Aghu, partijske podele utemeljene, pre svega, na razlikama u stavovima unutar političke elite, koje imaju širu vrednosno - kulturnu osnovu, ali ne odgovaraju interesima i uverenjima širih društvenih grupa. Stoga se partijske preferencije birača ne formiraju kao postojeane, interesno zasnovane preferencije, već kao nestabilne i površne, zasnovane na poverenju u pojedinačne lidere i njihovom imidžu. Sličnog mišljenja, po Z. Slavujeviću, je i S. Whitefield po kome postojanje velikih razlika u sadržaju partijske kompetencije u post-komunističkim državama ne

³⁶ "Pored klasičnog sukoba kapitalističke modernizacije, druga modernizacija u Istočnoj Evropi opet je urodila sukobom između zapadnjaka i nacionalista, koji je bio tradicionalan u 19. vijeku poglavito u zemljama pravoslavne vjere" (Beyme, 2002:83).

³⁷ "Činilo se da je izborna ponašanja snažno *obilježeno tim rascjepom* čak i tamo gdje regionalne strukture nisu igrale nikakvu ulogu, kao u Istočnoj Njemačkoj" (Beyme, 2002:84).

nalazi opravdanje u linijama rascepa u društvu. On smatra da izborna podrška različitim partijama varira kao rezultat delovanja mnogih drugih faktora. Čak i onda kada se čini da su izborne odluke birača posledice ideoloških i socijalnih razlika, one se pre mogu pripisati različitim strategijama partija u borbi za naklonost birača. N. Zakošek kritikuje nalaze analize A. Agha i smatra da ovaj ne uviđa značaj koji partijski lideri imaju ne samo u pridobijanju glasača, nego i u artikulaciji samih linija rascepa kao i zbog svođenja linija rascepa isključivo na socijalno - ekonomske podele (Slavujević, 2003: 11). A. Agh ne uviđa da i u imidžu kandidata, kao i u partijskoj identifikaciji ili tema kampanje, nalazimo refleksiju socijalne utemeljenosti određene političke partije. N. Zakošek, inače, nalazi da, kada je reč o postkomunističkim društvima, možemo govoriti o tri linije rascepa: teritorijalno - kulturnom (centar - periferija), ideološko - kulturnom i funkcionalnom (socijalno - ekonomski) rascepu (Stojiljković, 2006:165).

Z. Slavujević smatra da u savremenim društvima možemo govoriti o četiri rascepa:

1. socio-ekonomskom rascepu koji se temelji na različitostima u socio-ekonomskom položaju pojedinačnih društvenih grupa, ali i na "samopercepciji tog položaja, odnosno retrospektivnoj i prospektivnoj evaluaciji vlastitog položaj od strane pojedinca i položaja svoje grupe..." Kao indikator socio-ekonomskog položaja, odnosno socio-ekonomskih karakteristika, obično se navode pol, mesto stanovanja, profesija, klasna pripadnost, stepen obrazovanja i sl.
2. istorijsko-etničkom rascepu, to jest, o podeli između etničkih grupa unutar koje je moguće uočiti i "vertikalnu" dimenziju - rascep između nacionalističke i građanske orijentacije u svakoj od etničkih grupa
3. kulturno - vrednosnom rascepu koji obuhvata niz dimenzija, ali se sintetizovan izraz dobija u dihotomiji tradicionalizam - modernizam (koja može da obuhvati niz temeljnih vrednosnih orijentacija birača - autoritarizam - tolerantnost, radikalizam - neradikalizam, egalitarizam - neegalitarizam, materijalizam - postmaterijalizam), i
4. ideološkom rascepu čija analiza obuhvata preferencije različitog tipa društva (komunizam/socijalizam - kapitalizam), dominantnog tipa svojine (državna/društvena - privatna), razli-

ke u shvatanju uloge države u društvenom životu (etatizam - liberalizam) i njenog ustrojstva (republika - monarhija; podela vlasti - parlamentarizam - jedinstvo vlasti) i položaja građana (Slavujević, 2003:13-15). Kada je o Srbiji reč, partijske preferencije birača u umerenoj korelaciji sa pojedinim socijalno-demografskim obeležjima birača, u visokoj korelaciji sa polarizacijom na osi "levica - desnica", ali u još višoj korelaciji sa diferencijacijom na osi "nacionalno - građansko" i na osi "tradicionalno - moderno" (Komšić, et al., 2003:163).

Iako su savremene demokratije u poslednjim decenijama prošlog veka načinile veliki napredak na ostvarenju dugoročnih socijalnih ciljeva, socijalne podele su i dalje snažne. Periodične recesije iznova u prvi plan vraćaju ekonomske probleme podsećajući da su siromaštvo, uvećana stopa kriminala, pa i beskućništvo problemi sa kojima se savremena društva još uvek suočavaju. Takođe, političke debate oko prava na abortus, prava homoseksualaca i druga pitanja refleksija su vrednosnih razlika koja leže na religijskom rascepu.

Rezultati empirijskih istraživanja upućuju da društveni rascepi, odnosno stabilne društvene strukture zasnovane na ovim rascepima (klase, verske, etničke grupe...) mogu u velikoj meri da utiču na glasanje birača koji su integrisani u ove skupine i koji dele vrednosti ovih društvenih miljea. Podaci, međutim, pokazuju i da opada broj pojedinaca koji su i dalje čvrsto integrisani u pomenute socijalne kategorije i otuda dolazi i do pada uticaja socijalnih rascepa, to jest glasanja na osnovu pripadnosti različitim društvenim grupama. **U većini demokratskih društava na delu je slabljenje socijalnih rascepa, ali, u isto vreme, uticaj društvenih, ekonomskih i kulturnih podela na izbornu ponašanje, odnosno na partijsku identifikaciju kao neposrednu determinantu izbornog ponašanja i dalje znatan.** Partijska identifikacija analitički je teško odvojiva od pripadnosti birača sekundarnim grupama. Uticaj socijalnih rascepa, to jest pripadnosti velikim društvenim grupama, kao (dugo)trajnih komponenti u strukturi partijske identifikacije nije toliko snažan da bismo mogli govoriti o prosto "izvedenoj partijskoj identifikaciji". Ipak, izraz uticaja pripadnosti velikoj društvenoj grupi na biračevu partijsku identifikaciju, to jest njegova spremnost da se identifikuje sa određenom partijom, budući da je smatra reprezentantom društvene grupe kojoj pripada i dalje je od značaja.

Postojana artikulacija političkih rascepa vodi ka učvršćivanju identifikacije birača sa pojedinačnim partijama i pretpostavka je uspostavljanja stabilnog partijskog odnosa snaga. Naravno, broj stranaka i vrsta izbornog sistema utiču na spremnost građana da se identifikuju sa političkim partijama. No, ovu relaciju detaljnije ćemo obrazložiti nakon što razmotrimo odnos partijske identifikacije i preostalih dveju determinanti izbornog ponašanja, odnosno odvojenog uticaja ovih determinanti na izbornu odluku građana, što je tema sledećeg poglavlja.

Odnos partijske identifikacije, imidža partija i kandidata i tema izbornih kampanja kao neposrednih faktora izbornog ponašanja

Zaključci istraživanja partijske identifikacije koja su pomenuta navode nas na zaključak da se priroda privrženosti političkoj partiji ne iscrpljuje u granicama koje su postavljene prvobitnim konceptom partijske identifikacije. Čini se, dakle, neodrživim koncept partijske identifikacije kao dugotrajne psihološke identifikacije građana sa političkom partijom koja predstavlja "egzogeni" faktor koji determiniše stavove o kandidatu, o problemima koji se pokreću u kampanji, i sam čin glasanja, a da pri tom ovi faktori ne utiču na nju. Prema novom, širem poimanju identifikacija birača sa političkom partijom predstavlja spoj trajnih i manje trajnih determinanti izborne odluke i više nije "egzogeni", već "endogeni" faktor izborne odluke. Na ovakav zaključak navode promišljanja odnosa partijske identifikacije i preostalih dveju neposrednih determinanti izborne odluke koje ćemo izložiti u ovom odeljku, a prema kojima se pojedinac može identifikovati sa političkom strankom i posredstvom, to jest, na osnovu njenog imidža, odnosno imidža njenog kandidata, ali i na osnovu pitanja za koja se ona zalaže tokom izborne kampanje. Osim toga, dovedena je u pitanje održivost prvobitnog koncepta partijske identifikacije kao trajnog faktora izborne odluke zbog toga što su i rezultati empirijskih istraživanja ukazivali na njenu nestabilnost, odnosno na smanjenje njene raširenosti i intenziteta među biračima.

Smanjivanje obima i intenziteta i povećanje nestabilnosti identifikacije sa političkim partijama

Početakom 60-ih godina 20. veka, autori studije *The American Voter* tvrdili su da je za američke izbore "mali broj faktora od takvog

značaja kao trajna privrženost desetina miliona Amerikanaca jednoj od dveju partija. Ove privrženosti temelj su osnovne podele izborne snage koja predstavlja okvir nadmetanja u svakoj kampanji... Kod većine Amerikanaca razvijen je osećaj vezanosti za jednu ili drugu partiju. Za pojedince sa ovakvim osećajem, snaga i smer partijske identifikacije činjenice su od centralne važnosti za objašnjenje njegovog stava i ponašanja" (Campbell, et al., 1976:121). Tzv. Mičigenski model, sa naglaskom na fundamentalnom značaju dugotrajne lojalnosti građana određenoj političkoj stranci, dominirao je početkom 60-ih godina prošloga veka u istraživanjima izbornog ponašanja. Međutim, već sredinom iste decenije činilo se da su promene u političkom ambijentu učinile Mičigenski model izbornog ponašanja "prevaždenim".

Već od ranih 70-ih, politički analitičari ukazivali su na sve značajniji porast broja tzv. nezavisnih birača (*independents, independent voters*) i sve učestalije *split-ticket* glasanje.³⁸ R. G. Niemi i H. F. Weisberg, sredinom 70-ih, pišu da od svih promena u američkoj izbornoj politici najznačajniju predstavlja "povećanje broja nezavisnih birača sredinom 60-ih (Bartels, 2000:2). U SAD se 60-ih i 70-ih, prema K. von Beymeu, desila snažna promena. "Od Kennedyja, sve su jače isticani politički programi. Novi sukobi - kao što su rasni nemiri, pokret za građanska prava što su ga izazvali studenti za demokratsko društvo, rat u Vijetnamu i, naposljetku, *Watergate* - pridonijeli su slabljenju identifikacije Amerikanaca sa strankama" (Beyme, 2002:34). Uočeno je da je povećanje broja nezavisnih birača najznačajnije među mladima, pa će, smatrali su R. G. Niemi i H. F. Weisberg, biračko telo, kada ga napusti u to vreme stariji deo populacije, postati još "nezavisnije". Povećanje broja tzv. independista tokom 60-ih i 70-ih godina prošloga veka, odnosno smanjenje broja onih koji su identifikovani sa jednom od američkih partija, predstavljao je jedan od najznačajnijih dokaza u prilog tezi o tzv. propasti partija. L. M. Bartels piše da M. P. Wattenberg, koga inače naziva najistaknutijim zagovornikom ove ideje, tvrdi da se "više od četiri decenije američka javnost udaljava od dveju najvećih američkih partija". E. S. Greenberg i B. I. Page takođe nalaze da "uloga dveju glavnih partija (u SAD - S.A.) da povezuju svako-

³⁸ *Split-ticket* glasanje (u doslovnom prevodu "cepanje glasova") predstavlja glasanje za kandidate različitih partija ili političkih opcija.

dnevne interese birača sa njihovim odlukama u političkom sistemu više nije značajna kao što je bila" (Bartels, 2000:1-2).

Iako su brojni autori istraživali partijsku identifikaciju i pisali o njoj, malo je onih koji su ukazivali na njene različite aspekte - raširenost (obim), intenzitet, stabilnost, značaj, razloge privrženosti partiji i sl. U ovom delu rada, pažnja će biti usmerena na uočene promene raširenosti, intenziteta i stabilnosti partijske identifikacije u SAD i u evropskim zemljama. Raširenost partijske identifikacije Z. Slavujević definiše kao *rasprostranjenost osećanja privrženosti partijama među biračima*, i meri se *odnosom broja birača koji se identifikuju sa pojedinim partijama prema ukupnom broju birača* (Slavujević, 2002:197). Intenzitet partijske identifikacije određuje se kao *snaga osećaja privrženosti određenoj partiji, odnosno snaga distanciranja od drugih partija*. Njegov značaj je u tome što se snažnije identifikovani doslednije propartijski ponašaju u svom političkom angažmanu, posebno prilikom glasanja (Slavujević, 2002:199). Pod stabilnošću partijske identifikacije shvata se *trajnost privrženosti birača određenoj partiji*. Stabilnija partijska identifikacija znači manji transfer izbornih pristalica od jedne ka drugim partijama i obrnuto - stepenom nestabilnosti partijske identifikacije *iskazuje se obim i smer međupartijskog transfera izbornih pristalica* (mada ne i obim i smer transfera izbornih pristalica pojedinačnih partija u neopredeljene i apstinente, što iskazuju promene raširenosti partijske identifikacije) (Slavujević, 2002:201).

Tradicionalno merenje snage privrženosti građanina političkoj partiji u SAD zasniva se na direktnom pitanju kojim se ispitanik određuje na sedmočlanoj skali kao "jaka" ili "slaba" pristalica Demokratske ili Republikanske stranke, pri čemu se daje mogućnost i nezavisnim biračima da se izjasne koju od ove dve partije preferiraju. Tako se dobija klasifikacija: *jak demokrata, slab demokrata, nezavisan demokrata, nezavisan, nezavisan republikanac, slab republikanac i jak republikanac*, kao i *apolitičan*, odnosno *ne zna*.³⁹

³⁹ Pitanje koje se postavlja ispitanicima glasi: Uopšteno govoreći, da li obično sebe vidite kao republikanca, demokratu, nezavisnog, ili kako? Ispitanik koji bi se izjasnio kao republikanac ili demokrata, pitan je zatim: "Da li biste sebe nazvali jakim republikancem/demokratom ili ne mnogo jakim republikancem/demokratom? Oni koji bi se u prvom krugu opredelili kao "nezavisni" pitani su: "Da li vidite sebe kao bližeg Repu-

Partijska identifikacija je promenljiva?

Zagovornicima teze o propasti partija u prilog su najviše išli podaci o promenama u raširenosti partijske identifikacije - o smanjenju broja onih koji se identifikuju sa jednom od političkih partija, to jest povećanju broja "nezavisnih" birača. Sredinom 60-ih godina, u SAD ovaj trend postaje izražen. G. Sartori, koji, doduše, nije među zagovornicima ideje o propasti partija, uočava da se od 1952. do 1972. godine učešće "nezavisnih" glasača povećalo sa 23% na 35%, to jest za polovinu (Sartori, 1976:332). Inače, prema nalazima autora studije *The American Voter*, transfer od partijskih pristalica ka neopredeljenima nije posebno značajan u Americi sredinom pedesetih godina. Na tri partijska "konvertita", pod kojima se podrazumevaju oni koji prelaze iz jednog u drugi partijski tabor (*switchers*, *ticket-splitting*, *floating voters*), dolazila su dvojica onih koji su od pristaša jedne partije postali "nezavisni" (Campbell et al., 1976:148, prema Slavujević, 2002:224, fusnota 12). Po A. Campbellu i saradnicima, ovo nije visok procenat promene raširenosti partijske identifikacije, ako se ima u vidu da je, prema njima, 20% ispitanika u Americi promenilo partijsku identifikaciju u toku čitavog života.

Prema podacima NES-a (*National Election Studies*) (Videti Tabelu 1 - *Partijska identifikacija u SAD, 1952-1988*, strana 118 i Grafikon 1 - *Partijska identifikacija u SAD, 1952 - 1998*, strana 119) snažnu partijsku identifikaciju u Americi 50-ih godina iskazuje oko 36%, a slabu od 37% do 39% ispitanika, uz još od 13% do 17% "nezavisnih" koji ipak preferiraju jednu od dve partije. Početkom, odnosno sredinom 70-ih godina, broj snažno identifikovanih je u padu za više od 10%, a broj "nezavisnih" koji preferiraju jednu od partija je uvećan za 5% do 8%. Uporede li se promene intenziteta sa promenama raširenosti partijske identifikacije, lako je uvideti da su promene intenziteta mnogo učestalije od promena raširenosti partijske identifikacije.

O stabilnosti partijske identifikacije u posleratnom periodu piše R. Rose, prema kojem, u prvih pet posleratnih izbora u Velikoj Britaniji

blikanskoj ili Demokratskoj partiji?" Isto pitanje, odnosno pitanja, decenijama su, bez promena, korišćena u istraživanju raširenosti i intenziteta partijske identifikacije među građanima Sjedinjenih Država.

prosečno "skretanje" od jedne ka drugoj partiji iznosi svega 2% (1967:15). Z. Slavujević iznosi podatak da su R. D. Matthews i W. J. Prothro pronašli krajem 50-ih godina na jugu Amerike oko 14-15% ispitanika koji su najmanje jednom promenili partijsku identifikaciju, dok prema M. MacKuen, R. Eriksonu i J. Stimsonu, koji su sumirali rezultate nekoliko panel istraživanja u SAD, oko 4% biračkog tela menja partiju za koju glasa (Slavujević, 2002:224, fusnota 11).

R. G. Niemi i H. F. Weisberg pišu, međutim, da su njihove evropske kolege došle do zaključka o slabljenju partijske identifikacije u evropskim zemljama pre nego što će "neočekivana nestabilnost partijske identifikacije" biti ustanovljena u Sjedinjenim Državama. Po njima, teorijski najutemeljeniji rad koji "ukazuje na promenljivost partijske identifikacije" je *Macropartisanship* prethodno pomenutog MacKuenta i saradnika. M. B. MacKuen, R. S. Erikson i J. A. Stimson analizirali su rezultate Gallupovih istraživanja javnog mnjenja u periodu 1945-1987. i uočili sistematske promene u partijskoj identifikaciji na nivou celine biračkog tela. Prema njima, privrženost političkim partijama posmatrana na "makroplanu" varira oko 20% u toku istraživanog perioda. Procenat demokrata među partijski identifikovanim građanima kreće se u rasponu od nepunih 50% tokom kasnih 40-ih godina do 70% sredinom sedamdesetih, da bi, pred izbore 1984. godine, ovaj broj bio identičan cifri s kraja 40-ih, odnosno početka 50-ih. Autori nalaze da se rezultati kvartalnog merenja **menjaju u skladu sa promenama popularnosti predsednika (kao "vođe" partije) i procenama zdravlja nacionalne ekonomije, odnosno ličnog blagostanja birača**. Autori rada *Macro-partisanship* pišu da je za uočavanje fluktuacija u partijskoj identifikaciji nužno pri merenju primeniti "finiju vremensku skal" (*a finer time scale*). Rezultati kvartalnog merenja, za razliku od serija sa dvogodišnjim, odnosno četvorogodišnjim intervalima između iščitavanja, pokazuju da je "macropartisanship fenomen srednjeg opsega", to jest da partijski balans nije tako stabilan kako tvrde autori *The American Voter*, odnosno *kritička realignment teorija* koji, da podsetimo, uzimaju u obzir mogućnost uticaja faktora kraćeg trajanja na partijsku identifikaciju, ali je ova promena neznatna. Odnos biračevih evaluacija sopstvenog finansijskog položaja, pozitivnog mišljenja o predsedniku i promena u partijskoj identifikaciji na agregatnom nivou je takav da procene finansijskog stanja birača utiču i na raširenost pozitivnih mišljenja o predsedniku i na "macroparti-

sanship". Drugi faktor, pozitivna mišljenja o predsedniku "idu dalje" i samostalno utiču na identifikaciju na makro nivou. "Macropartisanship", obratno, ne utiče na pozitivna mišljenja o predsedniku i, takođe, ni "macropartisanship" ni pozitivna mišljenja o predsedniku ne oblikuju ekonomske percepcije. Uticaj dvaju pomenutih faktora na "macropartisanship" je različit u pogledu dužine njihovog trajanja. Tako je uticaj pozitivnih mišljenja o predsedniku snažan, ali prolazan, dok su procene stanja ekonomije postepene i trajnije. Doprinos ovih dvaju faktora mogao bi se, prema autorima, uporediti sa "trkom zeca i kornjače." Uticaj politike je značajniji na kraći rok, ali na srednji i duži rok kumulativni uticaj prethodnih ekonomskih percepcija postaje odlučujući (MacKuen, et al., 1993:284-300).

I druga istraživanja pokazala su da je na nivou biračkog tela partijska identifikacija promenljiva. H. F. Weisberg i C. E. Smith, koristeći podatke istraživanja javnog mnjenja iz različitih izvora - Gallup, Roper, CBS News/*New York Times*, NBC News, ABC News/*Washington Post*, tokom 80-ih godina formiraju mesečnu seriju. Prema njima, prednost demokrata među partijski identifikovanim građanima porasla je sa 17% sredinom 1981. na gotovo 25% sredinom 1983. godine, da bi pala na 10% tokom 1985. i 1986. godine. I prema ovim autorima, **partijska identifikacija varirala je u zavisnosti od popularnosti predsednika i objektivnih pokazatelja stanja ekonomije - inflacije i stope nezaposlenosti** (Niemi, Weisberg, 1993:269).

Analizirajući podatke za Republikanski nacionalni komitet tokom kampanje za izbor predsednika 1984. godine, D. Allsop i H. F. Weisberg nalaze sistematske promene partijske privrženosti u periodu jun - novembar. Uočeno je da se broj identifikovanih sa Republikanskom strankom na kraju kampanje povećao za oko 7% u odnosu na broj identifikovanih u junu. Ova promena, prema autorima, "odgovara promenama u nameri da se glasa što upućuje na zaključak da su **promene u partijskoj identifikaciji bar delimično uslovljene događajima u kampanji**" (Niemi, Weisberg, 1993:270, istakao S. A.). Autori izvođe da promene uočene na tzv. agregatnom nivou obuhvataju i promene na individualnom nivou. "Malo je situacija u kojima promene na masovnom planu neće biti praćene promenama na individualnom nivou. Ukoliko su promene bile na nivou greške uzorka, promena partijske identifikacije može da se vidi na masovnom nivou, a da je pri tom ne bude na individualnom. Budući da su promene između ispiti-

vanja veće od greške, a učestalost ispitivanja velika tako da se isključuje mogućnost uticaja snažne promene u strukturi birača (smena starijih birača mlađima sa drugačijim privrženostima) zaključak je da promene partijske identifikacije na masovnom nivou obuhvataju odgovarajuće promene na nivou pojedinca" (Niemi, Weisberg, 1993:270).

I panel istraživanja takođe su pokazala promenljivost partijske identifikacije birača i na individualnom nivou. Prema B. Lockerbieu, M. Fiorina je, primenom panel istraživanja, a ne pitanjima prisećanja, pokazao da je oko 20% ispitanika promenilo svoju partijsku identifikaciju tokom perioda od dve godine, za razliku od A. Campbella i saradnika koji su došli do zaključka da je petina ispitanika promenila svoju partijsku identifikaciju u toku svog života. Analizirajući iste panel studije i panel istraživanja izbora iz 1980. godine, B. Lockerbie (1989) nalazi da do promena identifikacije sa partijom može doći tokom perioda od svega nekoliko meseci. I P. E. Converse i G. B. Markus u radu "A Dynamic Simultaneous Equation Model of Vote" iz 1979. nalaze da je partijska identifikacija na individualnom nivou promenljiva. Političke evaluacije građana uslovile su ove promene (Lockerbie, 2002:384). W. H. Flanigan i saradnici uočili su značajnu nepostojanost partijske identifikacije tokom 1989. godine. Prethodno su R. Brody i S. L. Rothenberg na osnovu panel istraživanja NES-a takođe uočili značajnu nestabilnost partijske identifikacije u periodu januar - septembar 1980. godine (Niemi, Weisberg, 1993:270).

Pred tvrdnju da je partijska identifikacija ipak postojana isprečila su se još dva "izazova". Prvi od njih iscrpljuje se u zaključcima nekih autora o tzv. **međugeneracijskoj promenljivosti partijske identifikacije**. Drugim rečima, postavlja se pitanje mere u kojoj birači slede partijsku identifikaciju svojih roditelja. Podsetimo, prema autorima studije *The American Voter*, partijska identifikacija pokazala se stabilnom kroz generacije, to jest ispitanici se najčešće identifikuju sa političkim strankama sa kojima su identifikovani i njihovi roditelji. Međutim, tokom 60-ih i 70-ih godina porastao je broj "nezavisnih" birača (*independents*) i to, kako smo pomenuli, naročito među biračima mlađe dobi.

E. G. Carmines, J. P. McIver i J. A. Stimson zaključili su da je broj "independista" u porastu tokom navedenog perioda prevashodno zahvaljujući tzv. neostvarenim pristašama, onima za koje se zbog partijske privrženosti njihovih roditelja mislilo da će biti pristaše iste partije,

a ne nezavisni. Ovi autori istraživali su teme od značaja za ove ispitanike i ustanovili da se njihove pozicije po pitanju tema znatno razlikuju od pozicija stranaka kojima bi "prirodno" trebalo da budu privrženi. Tako se pokazalo da su "neostvarene demokrate" konzervativnije od onih koji su identifikovani sa Demokratskom strankom, a "neostvareni republikanci" liberalniji od onih koji su identifikovani Republikanskom strankom. R. S. Luskin, J. P. McIver i E. G. Carmines će ubrzo zatim pokušati da istraže zavisnost međugeneracijske nestabilnosti partijske identifikacije od tema, od tzv. teških tema koja zahtevaju značajnije znanje iz oblasti politike, kao i od "lakih" pitanja koja ne zahtevaju posebna znanja. Zaključak ovih autora je da na "neostvarene privržene" dominantno utiču "lake" teme, poput tema koje se tiču rasnih razlika, dok na "konvertite" utiču "teška" pitanja, poput ekonomskih (Niemi, Weisberg, 1993:272).

R. G. Niemi i M. K. Jennings u radu *Issues and Inheritance in the Formation of Party Identification*, koji je, po našem mišljenju, jedan od radova koji na najbolji način ukazuju na uticaj faktora kraćeg trajanja na formiranje partijske identifikacije, analiziraju podatke iz tri talasa intervjua starijih srednjoškolaca i njihovih roditelja 1965., 1973. i 1982. godine i dolaze do zaključka da su podudarnosti u partijskoj identifikaciji starijih srednjoškolaca i njihovih roditelja najizraženije nakon prvog talasa istraživanja, a da su u kasnijim talasima ovog panel istraživanja sve izraženije bivale razlike. Pokazalo se da je kod ispitanika, koji su u poslednjem istraživanju već bili u zrelih tridesetim godinama, došlo do "erozije partijske identifikacije nasleđene od roditelja" i da ključnu ulogu u ovom otklonu imaju teme. Međutim, iako je uticaj tema na promene u partijskoj identifikaciji ispitanika, odnosno otklona od partijske identifikacije roditelja očigledan, "partijska identifikacija roditelja, mada oslabljena, uvek je u značajnoj meri prisutna u partijskoj identifikaciji njihove dece" (Niemi, Jennings, 1993:306 i 319).⁴⁰

⁴⁰ Autori u istraživanju polaze od, kako kažu, "opšteg očekivanja" koje je najbolje izrazio Fiorina mišljenjem da će roditeljski uticaj, odnosno posledice socijalizacije "verovatno dominirati partijskim identitetom u trenutku kada se kod građanina počne razvijati politička svesnost". "Međutim", nastavlja Fiorina, "kako vreme odmiče i on počne da beleži politička iskustva u partijskom identitetu sve više i više svoj odraz dobijaju događaji..." (Fiorina, 1981:90, prema Niemi, Jennings, 1993:305).

Pored uočene međugeneracijske promenljivosti, sledeći "izazov" postojanosti partijske identifikacije, predstavlja sumnja u **podesnost dosadašnjeg načina njenog merenja**. Uspešnost sedmočlane skale na kojoj se ispitanik "pronalazi" kao "jaka" ili "slaba" pristalica Demokratske ili Republikanske stranke, uz mogućnost da se izjasne i "nezavisni" koju od ove dve partije preferiraju, zasnivalo se na činjenici da se preko 95% ispitanika moglo "samolocirati" (Campbell, et al., 1960). Međutim, kako navode R. G. Niemi i H. F. Weisberg, rezultati nekoliko istraživanja ukazuju na nepodesnost dosadašnjeg načina merenja snage privrženosti političkoj partiji.⁴¹

Pomenuti autori pišu da rezultati jednog broja studija navode na zaključak da partijska identifikacija u SAD "nije univerzalna u onoj meri kako se to u početku činilo", odnosno, "da se ne može očekivati da partijska identifikacija bude stabilna ako veliki broj ispitanika dovede u pitanje i samo njeno postojanje" (Niemi, Weisberg, 1993: 271). W. L. Miller i M. P. Wattenberg nalaze da na osnovu odgovora na standardna pitanja proizilazi da je 10% ispitanika ili apolitično ili se ne osećaju ni kako privrženici niti kao nezavisni. Po Dennisu, 28% onih koji daju odgovore na dodatna pitanja ne pokazuju vezanost za partiju. Prema H. F. Weisbergu, kao i prema J. H. Kesselu 28-30% nisu ni pristaše ni "nezavisni" kada im se pitanje postave odvojeno. R. G. Niemi, D. Reed i H. F. Weisberg iznose podatak da gotovo četvrtina ispitanika ne misli o sebi u partijskim terminima ili na tri pitanja o

Ono što R. G. Niemi i M. K. Jennings nastoje da otkriju je upravo "mera u kojoj opada roditeljski uticaj, a preovlađuju stavovi mladih, odnosno kakvi događaji i iskustva utiču na ovaj proces" (Niemi, Jennings, 1993:305). Autori ispituju uticaj stavova ispitanika o nizu tema (za i protiv integracije u američkim školama, sveštenika u školama, rata u Vijetnamu i snažnije uloge vlasti u ekonomiji, uz samopozicioniranje na skali liberalno - konzervativno kao indikatora generalne tematske orijentacije) na njihovu partijsku identifikaciju. Kada je reč o odnosu uticaj partijske identifikacije roditelja i načina na koji njihova deca glasaju, zaključak R. G. Niemia i M. K. Jenningsa je da glasanje u periodu kada su ispitanici u svojim zrelim tridesetim "još nosi žig partijske identifikacije roditelja" (1993:304 -317).

⁴¹ Ovi autori pišu da je uočen značajan rast nivoa tzv. partijskog *misfit*-a. Reč je o kovanici (*misfit* - nepodesan) koju su prvi put upotrebili upravo ova dva autora i njihov kolega Reed kojom se upućuje na nemogućnost ispitanika da se "lociraju" na pomenutoj skali.

privrženosti partiji daju odgovore koji nije moguće uskladiti. Na osnovu ovih rezultata R. G. Niemi i H. F. Weisberg zaključuju da je skala za merenje partijske identifikacije nepotpuna, odnosno, da je "gornja granica stabilnosti partijske identifikacije možda niža nego što se prvobitno mislilo" (Niemi, Weisberg, 1993:271).

A. Campbell i saradnici, inače, u prvom izdanju *The American Voter* pišu o zamerka koje se upućuju njihovom načinu utvrđivanja partijske identifikacije. Oni navode da za razliku od istraživanja partijske identifikacije koje oni vrše polazeći od nje kao psihološkog fenomena, pomoću pitanja u kojima se ispitanik sam određuje kao pristalica određene partije, "u nekim istraživanjima partijske orijentacije mere se na osnovu ranijih izbornih odluka ispitanika", to jest primenom bihejviorističkog pristupa. Razlog za ovo, prema autorima ove velike izborne studije, leži u tome što "prigovarači" smatraju da "dobar deo onih koji sebe svrstavaju u "nezavisne" u stvari koriste ovaj naziv kao etiketu iza koje se krije njihova istinska privrženost jednoj od partija. Zbog toga", dodaju Campbell i saradnici, "tvrdi se da prethodne izborne odluke ispitanika predstavljaju tačniju izjavu partijskoj privrženosti, nego što je to njegovo samoodređenje" (Campbell, et al., 1976:126). Autori ove studije smatraju da iako među "independistima" nesumnjivo ima i onih koji su skrivene pristaše partije, problem u samom merenju nije velik. Problem je, po njima, mnogo teži "ako se psihološke veze (pojedince - S.A.) sa partijom mere rezultatima glasanja".⁴² Konačno, "Mičigenci" smatraju da se bihejviorističkim pristupom "zamagljuje" distinkcija između psihološkog stanja i posledica koje ovakvo stanje ostavlja na ponašanje. Po njima, jasno je da čak i snažni privrženici partiji u nekom trenutku mogu misliti i reagovati u suprotnosti sa svojom partijskom identifikacijom (Campbell, et al., 1976:122-125). Istražujući uticaj partijske identifikacije na izbornu ponašanje, autori Mičigenske škole zaključili su da se pomoću partijske

⁴² Autori *The American Voter* nalaze da su mnogi od onih koji su se izjasnili kao "nezavisni" (posebno kada je reč o ispitanicima između 21 i 34 godine starosti), a uvek ili uglavnom su glasali za istu partiju su, u stvari, glasali veoma retko tako da nisu ni imali prilike da glasaju "nedosledno". Pojedinaac u životu, ipak, glasa mali broj puta, naročito u ranim godinama, tako da prethodno glasanje, po njima, nije adekvatan indikator partijske privrženosti (Campbell, et al., 1976:126).

identifikacije može objasniti način na koji je pojedinac najverovatnije glasao, ali da se iz glasanja ne može "izvlačiti" partijska identifikacija.

Način merenja snage privrženosti političkoj partiji, odnosno raširenosti partijske identifikacije, danas je predmet debate bazirane na tri problema. Prvi od njih tiče se pitanja koje se postavlja ispitaniku. Drugim rečima, istraživači nastoje da utvrde kakvi su efekti promene pitanja na utvrđivanje identifikovanosti građana sa političkim partijama. Drugo pitanje oko kojeg se istraživači spore je pitanje dimenzionalnosti koncepta partijske identifikacije. Nema saglasnosti oko toga treba da li partijsku identifikaciju posmatrati kao jednodimenzionalni ili višedimenzionalni koncept. Ovo vodi ka trećem problemu, odnosno nesuglasicama u značenju kategorije "nezavisnih" birača.

Efekti izmene tradicionalnog pitanja kojim se utvrđuju intenzitet i raširenost partijske identifikacije u SAD (koja se i danas koristi u studijama NES-a - *National Election Studies*) zainteresovali su istraživače partijske identifikacije onog trenutka kada su uvideli da drugačija pitanja od uobičajenog daju drugačije rezultate. Istraživači danas ispituju efekte promena vremenskog okvira obuhvaćenog pitanjem, promena u pitanju koje se tiču različitih nivoa vlasti, odnosno efekte različitih tipova pitanja kojima se utvrđuje partijska privrženost ispitanika. R. G. Niemi i H. F. Wisberg pišu da su Borelli i saradnici utvrdili da se pitanjem kojim se detektuje partijska identifikacija građana u kojem se umesto vremenske odrednice "obično" ili "inače" ("Da li sebe obično vidite kao demokratu...") koristi odrednica "...danas..." ("U politici kakva je danas, vidite li sebe kao republikanca, demokratu ili nezavisnog?" dobijaju rezultati prema kojima je identifikacija sa partijom raširenija za oko 5%. Istraživači su došli i do zaključka da je veliki broj građana koji se identifikuje sa različitim partijama kada je reč o različitim nivoima vladavine. Takođe, izostavljanje opcije "independent" smanjuje broj neopredeljenih (Niemi, Weisberg, 1993:276).⁴³

⁴³ U pilot studiji NES-a iz 1987. godine ispitanicima je postavljeno pitanje kojim se tradicionalno utvrđuje partijska identifikacija, zatim pitanje sa tzv. prinudnim izborom (*a forced-choice question*) iz kojeg je isključena opcija "nezavisan" i pitanje sa ekstra opcijom prema kojoj ispitanici mogu da kažu da "o sebi ne razmišljaju na taj način". Rezultati pokazuju da su svega dve trećine ispitanika partijski privrženici koji su ili sva tri puta dali iste odgovore ili izabrali opciju "nezavisan" kada je bila ponuđena u pitanju, a u ostalim pitanjima izrazili privrženost. Četvrtina ispitanika izjasnila se kao nepartijci ili su davali neusklađene odgovore (Niemi, Weisberg, 1993:276).

Istraživači partijske identifikacije nastojali su da utvrde da li jedno od pitanja kojim se utvrđuje partijska identifikacija izvan Sjedinjenih Država, a prema kojem ispitanici treba da izraze svoju bliskost partiji, to jest da li partiju osećaju "najbližom", "veoma bliskom", "prilično bliskom" ili "ne naročito bliskom", "funkcioniše" i u Americi, pa su došli do zaključka da se četiri petine Amerikanaca osećaju "bližim" jednoj od partija, a rezultati su se pokazali kao dobar prediktor glasanja na predsedničkim izborima (Niemi, Weisberg, 1993:277).

A. Blais i saradnici ispitivali su efekte promene pitanja kojim se utvrđuje partijska identifikacija građana. U komparativnom istraživanju oni koriste podatke Kanadske studije izbora (CES) iz 1997. godine, Britanske studije izbora (BES) iz 1997. godine i američke Studije nacionalnih izbora (NES) iz 1996. godine. Ove studije obuhvatile su tradicionalna pitanja koja se postavljaju u ovim zemljama i novo, eksperimentalno pitanje što doprinosi mogućnosti procene efekata promene pitanja na raširenost partijske identifikacije i njen odnos sa rejtingom lidera i partije i glasanjem. U novom pitanju zadržana je formulacija "...mislite o sebi" što je u osnovi tradicionalnih pitanja postavljenih u sve tri zemlje, ali sada, u njemu nisu imenovane partije. Drugim rečima, ispitaniku se postavlja pitanje misli li on o sebi ne kao o republikancu ili demokrati, već kao o "bliskom nekoj od partija". Kao i kod tradicionalnog pristupa koristi se i dodatno pitanje - da li se ispitanik oseća veoma, u izvesnoj meri ili ne baš bliskim partiji sa kojom se identifikuje. Za razliku od britanskog tradicionalnog pitanja, ponuđena je opcija odgovora "neidentifikovan" koja je, inače, u američkom i kanadskom pitanju rešena terminima "nezavisan", odnosno, "nijedan od ovih". Kakvi su rezultati istraživanja? Kada je reč o raširenosti partijske identifikacije, rezultati dva pristupa se, u kanadskom slučaju, drastično razlikuju. Prema tradicionalnom merenju, 69% Kanađana se identifikuje sa nekom od partija. Eksperimentalnim pristupom dobija se cifra od 38%. U Britaniji, obrazac je sličan kanadskom, mada drastičniji. Tradicionalnim merenjem, 89% Britanaca identifikuje se sa jednom od partija, a eksperimentalnim, ovaj broj pada na svega 49%. Najmanji pad zabeležen je u SAD - sa 69% na 59%. Kada je reč o međupovezanosti partijske identifikacije i procena partija i njenih lidera, pošlo se od pretpostavke da će ovaj odnos biti snažan - da će biračeve procene partija i lidera "pratiti" partijsku identifikaciju kao opštu predispoziciju, odnosno ova relaci-

ja trebalo je da ostane "monotona". Tradicionalni pristup pokazao se uspešnijim budući da se odnos pokazao "monotonim" u Britaniji i SAD. Međutim, u Kanadi obrazac je isti kao i kod eksperimentalnog pitanja - slabije identifikovani niže su rangirali partije i lidere nego oni koji inkliniraju partijama. Problem je još veći ako se ima u vidu da su slabo identifikovani znatno brojnija grupa. Kada je reč o međupovezanosti partijske identifikacije i glasanja, očekivala se relativno snažna korelacija. Polazilo se od pretpostavke da partijska identifikacija utiče na to kako će birač proceniti pitanja/teme i kandidate, a ove procene će, zauzvrat, uticati na to kako će da glasa. Međutim, odnos se nije pokazao naročito snažnim ni u jednoj od triju zemalja, naročito ne u Kanadi. Teoretska očekivanja nisu ispunjena ni u jednom slučaju, niti u odnosu partijske identifikacije sa bilo kojom od varijabli. Autori su mišljenja da bi pitanje kojim se utvrđuju raširenost i intenzitet partijske identifikacije trebalo da zadrži tradicionalni pristup kojim se navode imena partija i da, uz to, bude ponuđena opcija "neidentifikovan" - "Uopšteno govoreći, vidite li sebe kao republikanca, demokratu ili mislite da niste naklonjeni nijednoj partiji?" Za one koji su identifikovani dodatna pitanje bi glasilo: "Uopšteno govoreći, vidite li sebe kao veoma snažnog, prilično snažnog ili ne baš snažnog demokratu?" U formulaciji dodatnog pitanja za neidentifikovane autori nastoje da izbegnu koncept "bliskosti" i koriste pitanja koja upućuje na inklinaciju ispitanika nekoj od partija i opet nude opciju "neidentifikovan". Pitanje bi glasilo: "Uopšteno govoreći, vidite li sebe kao nekog ko bi (pre) podržao Republikansku partiju, Demokratsku partiju ili mislite da ne biste podržali nijednu?" (Blais, et al., 2001:5-22).

Korišćenjem različitih pitanja kojima se utvrđuje partijska identifikacija dobijaju se znatno različiti rezultati, naročito kada je reč o zemljama u kojima se ne govori engleskim jezikom, ali, kako vidimo, i na engleskom govornom području. U nekadašnjoj Zapadnoj Nemačkoj, korišćenje različitih pitanja dovelo je do razlike od 25% u nivoima identifikovanosti. Kao posledica ovih saznanja, u kasnijim istraživanjima koncepta partijske identifikacije posebna pažnja posvećena je formulisanju odgovarajućeg pitanja na osnovu koga se utvrđuje partijska identifikacija. Charnock ukazuje na slične probleme i u Australiji, mada razlika nije tako velika kao što je u Nemačkoj (McAlister, Wattenberg, 1995:260).

Drugo pitanje koje je izazvalo spor među istraživačima partijske identifikacije jeste problem njene dimenzionalnosti, odnosno pitanje treba li ovaj koncept shvatiti kao jedinstvenu dimenziju "republikansko - demokratsko" sa "independistima" kao neutralnim "pункtom" ili ga treba posmatrati kao višedimenzionalan, sa dvema odvojenim dimenzijama - prvom "partijskom" i drugom "nezavisnom". Jednodimenzionalni koncept partijske identifikacije doveden je u pitanje zaključcima istraživanja, prema kojima, partijska privrženost (*partisanship*) i "nezavisnost" (*independence*) predstavljaju dve dimenzije pomenu tog koncepta. H. F. Weisberg je otišao i korak dalje, pa tvrdi da "partijska dimenzija" treba da se podeli u dve dimenzije - jednu koja reprezentuje osećanje privrženosti Republikanskoj i druga koja ukazuje na privrženost Demokratskoj partiji (Alvarez, 1990:477). Ovo višedimenzionalno shvatanje partijske identifikacije rezultat je kritike tradicionalnog koncepta i, prema njemu, "nezavisni" birači se ni negativno ni neutralno ne određuju prema partijama i mogu da imaju afinite te prema nekoj od partija ili prema više partija. Drugim rečima, "independisti" su heterogena, a ne homogena grupa.⁴⁴ Zaključak do kojeg je u istraživanju došao M. R. Alvarez podudara se sa zaključcima gore navedenih autora. On nalazi da "glasači svoje političko okruženje vide na kompleksniji način nego što to "dozvoljava" jednodimenzionalni koncept: privrženici su skloni da suprotnu partiju procenjuju povoljno, a nezavisni se ne određuju prema partiji ni negativno ni neutralno" (Alvarez, 1990:485). Po ovom autoru, jednodimenzionalni koncept partijske identifikacije ne reflektuje tačno partijske stavove birača (Alvarez, 1990:491). H. F. Weisberg se u svom istraživanju koristio **termometar pitanjima** i upravo je ovo, kako navodi M. R. Alvarez, raspravu o merenju partijske identifikacije "pomerilo na drugačije tlo" (1990:477). Weisberg je, naime, došao do zaključka da je u periodu 1964-1976. u proseku 79% "nezavisnih" koji inkliniraju jednoj od partija glasalo upravo za partiju kojoj "naginju", a da je u istom periodu 74% identifikovanih birača glasalo za "svoju" partiju. Ovo odstupanje od "jednoličnosti", kako piše Weisberg, "ide u prilog tvrdnji da 7-člana skala nije jednodimenzionalna, a alternativni način merenja par-

⁴⁴ D. C. Valentin i J. R. Van Wingen nalaze da su procene partija od strane "nezavisnih" pozitivne, dok Weisberg smatra da privrženici jedne partije suprotnu partiju ne vide negativno (Alvarez, 1990:485).

tijske privrženosti pokazuje se kao naročito dobar prediktor rezultata izbora" (Alvarez, 1990:490, fusnota 10). R. G. Niemi i H. F. Weisberg potvrđuje nalaze da "rangiranje političkih partija kao rezultat korišćenja termometara služi kao bolji prediktor rezultata glasanja nego što je to tradicionalna skala za merenje partijske identifikacije..." (1993:276). Međutim, M. D. McDonald i S. E. Howell nalaze da su partijski termometri manje stabilni nego tradicionalna skala i zaključuju da "partijski termometri mogu da pruže neke nagoveštaje partijske identifikacije ispitanika, ali ukazuju i na kratkotrajne faktore izbornog ponašanja (McDonald i Howell, 1982:85, prema Alvarez, 1990:477). M. D. McDonald i S. E. Howell, kao i P. E. Converse i R. Pierce nedugo zatim (1985), zaključuju da tradicionalna skala partijske identifikacije predstavlja bolju osnovu dugoročne analize, a da rezultati korišćenja partijskih termometara ukazuju na dejstvo političkih faktora kraćeg trajanja (Niemi, Weisberg, 1984:277).⁴⁵

Sušтина prigovora koji kritičari upućuju tradicionalnom načinu utvrđivanja partijske identifikacije svodi se na to da **iako se 7-članom skalom dobro utvrđuje smer privrženosti partiji, istovremeno se meša snaga privrženosti sa "nezavisnošću"**, pa stoga kategoriju "nezavisnih", po njima, treba posmatrati odvojeno.

Razmatrajući problem merenja partijske identifikacije u celosti, W. L. Miller i R. G. Niemi su zaključili da nema ispravnog načina merenja niti, kao posledice toga, sasvim egzaktnog nivoa partijske identifikovanosti birača. Prema ovim autorima, nivo partijske identifikacije zavisi od definicije koju usvojimo.⁴⁶ Na osnovu partijske identifikacije, po

⁴⁵ P. E. Converse i R. Pierce našli su da su rezultati izbora iz 1976. godine mogli sa većom preciznošću da se predvide na osnovu rezultata tradicionalnog merenja partijske identifikacije birača iz 1972. godine, nego na osnovu merenja iz iste, 1976. godine, upotrebom termometra. Ipak, rezultati izbora iz 1972. godine mogli su preciznije da se predvide na osnovu merenja termometrima, nego na osnovu rezultata dobijenih upotrebom tradicionalne skale merenja. Do istih zaključaka došli su M. D. McDonal i S. E. Howell (Niemi, Weisberg, 1984:277).

⁴⁶ "Što je god snažnija odanost partiji koja se 'hvata' istraživačkim pitanjem to je manji broj ispitanika koji će biti snažno identifikovani. O kakvom god merenju da je reč, pod uslovom da se njime pravi razlika između snažnije i slabije identifikovanih, ono se može koristiti za proučavanje varijacija u partijskoj privrženosti među pojedincima, grupama, u različitim zemljama i različitim vremenima i za predviđanje obima promena u glasanju." (Miller, Niemi, 1996:176).

njima, može se predvideti koji pojedinci bi najverovatnije mogli da glas daju drugoj partiji, kao i da li će ovo "skretanje" biti trajno ili neće. Tokom kampanje, pomoću partijske identifikacije, može se "odvojiti" "snažna" od "meke" podrške partiji i predvideti verovatni trendovi podrške različitim partijama. Pomoću partijske identifikacije takođe, može da se predvidi koji pojedinci će verovatno, odnosno manje verovatno, participirati u politici. (Miller, Niemi, 2002:176).

Debata oko prva dva pitanja otvorila je treći problem - pitanje **značenja pojma "politička nezavisnost"**. J. Dennis smatra da se može govoriti o četiri aspekta "nezavisnosti". Reč je o **političkoj autonomiji** (pojam "nezavisnosti" dovodi se u vezu sa vrednostima kao što je individualizam), *antipartijstvu* (neko se smatra "nezavisnim" usled njegovog negativnog određenja prema političkim partijama), **partijskoj neutralnosti i partijskoj nestabilnosti** (nezavisnima se, u ovom slučaju, smatraju "preletači", oni koji menjaju partije). Ovaj autor ukazuje da su različiti odnosi ova četiri faktora prema drugim varijablama. Na primer, obrazovaniji građani su "autonomniji" i "nestalniji", ali su u manjoj meri "neutralni" i "antipartijski nastrojani". Za one koji su nestalniji veća je verovatnoća da će glasati. "Neutralnost" je u vezi sa umanjenom političkom svesnošću i involviranošću, dok je korelacija "nestalnosti" i ovih dveju varijabli pozitivna (Niemi, Weisberg, 1993:279).

Dokazi o promenama u partijskoj identifikaciji birača u radovima navedenih autora doveli su u pitanje dominantnu ulogu ovog faktora u objašnjenju izbornog ponašanja. Uloga partijske identifikacije, čini se, nije od tako velikog značaja u izbornom ponašanju birača kako se to prvobitno mislilo. Došlo se do zaključka da ako na odnos uspostavljen između pojedinca i političke partije utiču učestale promene u političkom okruženju, odnosno "politički vetrovi", kako ih zovu R. G. Niemi i H. F. Weisberg (1993:272), a ne relativno retki politički potresi o kojima su pisali predstavnici Mičigenske škole, onda partijsku identifikaciju ne možemo smatrati neprikosnovanim faktorom u objašnjenju izbornog ponašanja birača, odnosno kreiranju političke stabilnosti. Istovremeno, ova rasprava o stabilnosti partijske identifikacije, odnosno o putevima empirijskog istraživanja ovog fenomena, a na osnovu poređenja rezultata do kojih su dolazili gore spominjani autori, pokazuje da, pored toga što **partijska identifikacija ima nesporan značaj kao eksplanatorni faktor, kao nezavisna varijabla koja najbolje objašnjava stavovske preferencije birača**

o pitanjima o kojima se izjašnjavaju (Campbell, et al., 1976:121), **mnogi istraživači uzimaju partijsku identifikaciju i za pouzdan prediktor rezultata izbora.** Ipak, kao odgovor zagovornicima teze o nepostojanosti partijske identifikacije i opštem padu značaja uloge partija u politici, pojavljuje se serija radova u kojima se tvrdi, kako su tvrdili i autori *The American Voter*, da iako partijska identifikacija nije nepromenljiva, ona je vrlo postojana.

Partijska identifikacija je postojana?

P. R. Abramson i C. W. Ostrom doveli su u pitanje rezultate analize partijske privrženosti na masovnom nivou M. B. MacKuen, R. S. Eriksona i J. A. Stimsona. Oni nalaze da su odstupanja rezultata istraživanja partijske identifikacije do kojih je došao Gallup, a koje analiziraju M. B. MacKuen i saradnici, u odnosu na rezultate NES-a posledica korišćenja izmenjenog istraživačkog pitanja od strane agencije Gallup. Po njima je pitanje "U politici, kakva je danas, vidite li sebe kao republikanca, demokratu ili nezavisnog?" podložnije kratkoročnim fluktuacijama nego tradicionalno pitanje NES-a. U svom odgovoru Abramsonu i Ostromu, MacKuen i saradnici kažu da su rezultati istraživanja partijske identifikacije koje su vršili *CBS News* i *New York Times* istovetni rezultatima do kojih je došao Gallup i pored toga što je istraživačko pitanje *CBS News-a*, odnosno *New York Times-a* praktično identično tradicionalnom pitanju NES-a. Partijska identifikacija se u istraživanjima NES-a pokazala postojanijom nego u istraživanjima baziranim na podacima medijskih istraživanja mnjenja, mada ostaje nejasno da li je ova razlika posledica učestalijih medijskih ispitivanja mnjenja, razlika koje se tiču različitih uzorka i postupaka koje koristi intervjuer, šire upotrebe telefona u istraživanjima koje vrši mediji, ili je reč o drugim razlozima (Niemi, Weisberg, 1993:272-274).

W. E. Miller (1991), jedan od kreatora 7-člane skale kojom se utvrđuje partijska identifikacija birača, takođe smatra da bi uočene promene partijske identifikacije mogle biti posledica neodgovarajućeg načina merenja. On, čak, delimično odstupa od tradicionalnog načina utvrđivanja intenziteta i raširenosti partijske identifikacije. Ispitanike klasifikuje prema njihovim odgovorima na samo prvo, tzv. "root" pitanje "Da li sebe obično vidite kao demokratu...", a da bi izbegao prigovore koji se odnose na "nezavisne" birače koji inkliniraju nekoj

od partija koje, kako smo videli, mnogi vide kao "skrivenne" glasače (Miller, 1991:565). Uprkos ovoj "važnoj operacionalnoj distinkciji", rezultati do kojih je došao W. E. Miller su, prema L. M. Bartelsu, u suprotnosti sa tezom o smanjenju uloge partija. W. E. Miller je, inače, analizirajući uticaj partijske privrženosti na ponašanje birača, zaključio da (1) "nakon snažnog uspona od 1972. godine korelacija partijska identifikacija - glasačev odabir je do 1984, odnosno 1988. dostigla najviši posleratni nivo", i da (2) "izbori održani u poslednje vreme ne pokazuju da je tokom 80-ih partijska identifikacija od manjeg značaja za odluku za koga da se glasa nego što je bila tri decenije ranije" (Miller, 1991:565, prema Bartels, 2000:4).

L. M. Bartels smatra da je uvreženo mišljenje da se smanjuje značaj partija u političkom životu prevaziđeno, a i da je bilo prenaglašeno. On kritikuje R. G. Niemija i H. F. Weisberga da su zaključke o propasti partija doneli u trenucima kada je "partijska identifikacije među Amerikancima bila na najnižem nivou" i dodaje da su "partijske lojalnosti u Americi u usponu od sredine 70-ih, naročito među onima koji izlaze na izbore. Takođe, uticaj partijske privrženosti na izbornu ponašanje birača tokom poslednjih godina snažniji je i kada je reč o izborima za predsednika, a i o izborima za kongres" (Bartels, 2000:2).

Za razliku od Wattenberga koji navodi da partijska identifikacija sve ređe i ređe određuje način na koji će se glasati, analize L. M. Bartelsa pokazuju da privrženosti partijama imaju, u najmanju ruku, isti uticaj na ponašanje birača na predsedničkim izborima tokom 80-ih kao što su ih imale 50-ih, a tokom 90-ih, ovaj uticaj je čak snažniji nego tokom 80-ih (2000:2).⁴⁷

⁴⁷ U radu *Partisanship and Voting Behavior* (2000) L. M. Bartels piše da u razmatranju promena u partijskoj identifikaciji birača u Sjedinjenim Državama od uspostavljanja koncepta do danas treba odgovoriti na dva pitanja. Jedno je da li su promene partijske identifikacije izraženije kod onih koji izlaze na izbore ili kod neglasača budući da, podseća ovaj autor, "slabljenje privrženosti među neglasačima ne mora da ostavi nikakve posledice na distribuciju partijske identifikacije među glasačima" (Bartels, 2000:2). Drugo pitanje jeste da li je uticaj partijske privrženosti na izbornu ponašanje oslabio ili ojačao tokom vremena. Uži cilj njegovog rada je upravo pronalaženje odgovora na ovo pitanje, a odgovor je identičan zaključku W. E. Millera da je obnovljeno glasanje na osnovu partijske identifikacije i na predsedničkim izborima i na izbori-

Smanjenje raširenosti i pad intenziteta partijske identifikacije, po red Sjedinjenih Američkih Država, zahvatilo je i evropske demokratije. U Velikoj Britaniji, slabila je identifikacija sa dvema najvećim partijama, ali i sa liberalima.⁴⁸ Sa slabljenjem privrženosti britanskih birača političkim partijama, opadao je udeo u glasovima dveju velikih partija, da bi 1974. doživeo "dubok pad" (Beyme, 2002:36). R. G. Niemi i H. F. Weisberg pišu da su u brojnim evropskim demokratijama, ne samo u Velikoj Britaniji, dugotrajni obrasci glasanja ustuknuli pred izbornom kolebljivošću (Niemi, Weisberg, 1993:323). Prema K. von Beymeu, i u bivšoj SR Nemačkoj, partijska identifikacija bila je u stalnom slabljenju (Beyme, 2002:36). H. Schmitt i S. Holmberg načinili su pregled istraživanja koja je u devet "starih" članica EU vršio Eurobarometar između 1978. i 1992. godine i ustanovili da je broj partijski identifikovanih birača sa početnih 71% opadao po stopi od 1% godišnje. R. J. Dalton je analizirao podatke NES-a (*National Election Study*) za 19 razvijenih demokratskih zemalja u dužem vremenskom periodu i zaključio da je broj partijski identifikovanih birača opadao u svim ovim zemljama i to po stopi od pola procenta godišnje (Miller, Niemi, 2002:177). Istraživači u Norveškoj takođe uočavaju izraženo slabljenje partijske identifikacije birača u ovoj zemlji tokom 70-ih godina, ali beleže i njen porast tokom 80-ih.⁴⁹

ma za Kongres od 1972, odnosno 1978. godine. Iako je "obrazac" sličan, pad uticaja partijske identifikacije na glasanje za Kongres tokom 60-ih i 70-ih duže je trajao nego kada je reč o predsedničkim izborima pa je stoga do "obnove" došlo kasnije. Bartels u ovom radu potvrđuje rezultate "analize obrazaca glasanja na predsedničkim izborima na nivou ukupnog biračkog tela u dužem vremenskom periodu i zaključuje da je "**neobičan politički potres** (istakao S.A.) tokom 60-ih i 70-ih zamenjen periodom partijske stabilnosti i predvidljivosti kakve nije bilo od kraja 19. veka" (Bartels, 2000:5).

⁴⁸ D. Butler i D. Stokes, koji su primenili koncept partijske identifikacije u Velikoj Britaniji, smatrali su da će usled pada identifikacije sa liberalima doći do porasta identifikacije sa laburistima i konzervativcima. Međutim, desilo se suprotno (Beyme, 2002:36). Särilvik i Crewe svoj rad iz 1983. godine nazvali su *Decade of Dealignment* kako bi ukazali na dubinu političkih promena u Velikoj Britaniji (Niemi, Weisberg, 1993:323).

⁴⁹ P. Selle i L. Svasand u radu *Membership in Party Organizations and the Problem of Decline of Parties* pišu da je u istraživanju 1985. godine 40% ispitanika klasifikovano kao čvrste pristaše što je za 3% više nego tri

Dok je u stabilnim evropskim demokratijama identifikacijama sa partijama slabila, u "mladim demokratijama" (Grčka, Portugal, Španija) tek se gradila. U trima novim južnoevropskim demokratijama identifikacija sa strankama opala je nakon prvog talasa mobilizacije: od 1985. do 1989. godine u Španiji sa 47,5% na samo 30%, a u Grčkoj sa gotovo 70% na 57%. Samo je u Portugalu ostala stabilna, otprilike 49% (Beyme, 2002: 39). Evropski istraživači iznose podatak da je partijska identifikacija u "novim demokratijama" EU rasla po godišnjoj stopi od pola procenta sa početnih 53% (Miller, Niemi, 2002:177).⁵⁰



Kako se vidi iz podataka do kojih se došlo istraživanjima partijske identifikacije, još od vremena kada su G. Belknap i A. Campbell formulisali koncept 50-ih godina prošloga veka, većina Amerikanaca smatrala je sebe republikancima ili demokratama, dok je nešto više od petine sebe smatralo "nezavisnima". Međutim, krajem 70-ih, više od trećine populacije nazivalo se "nezavisnim", a broj republikanaca bio je na nivou "nezavisnih" iz 50-ih. Tokom 60-ih, naročito u drugoj polovini, sve je manje onih koji sebe smatraju snažnim pristalicama partija. Sve više je onih koji svoj glas daju drugoj partiji ili "cepaju" glasove, to jest na različitim izborima glasaju za kandidate različitih partija. Ove promene u američkom biračkom telu, iznete i u studiji *The Changing American Voter* (Nie, Verba, Petrocik, 1976) koja je nastala kao odgovor na prethodnu veliku izbornu studiju *The American Voter* Campbella i saradnika iz 1960, ukazuju na slabljenje veza između birača i političkih partija. Drugim rečima, nastupio je tzv. *dealignment*.⁵¹ Slabljenje partijske identifikacije koristi se kao dokaz smanjivanja značaja partija.

decenije pre toga. U međuvremenu, broj snažno identifikovanih iznosio je svega 26% 1973, odnosno 19% 1977. godine (Selle, Svasand, 1991:4).

⁵⁰ O istraživanjima partijske identifikacije u postkomunističkim društvima više reči biće u delu teksta posvećenom istraživanju partijske identifikacije u Srbiji.

⁵¹ Politikolozi su "skovali" termin "*party dealignment*" da bi njime opisali slabljenje veza između birača i političkih partija, to jest, "udaljavanje birača od političkih stranaka" i da oko upotrebe termina postoji široka saglasnost (Niemi, Weisberg, 1993:321).

Situacija je bila slična i u evropskim zemljama. Tradicionalni obrazac glasanja na osnovu partijske identifikovanosti ustupio je mesto volatilnosti.⁵² Koncept partijske identifikacije, prema K. von Beymeu, pokazao se neupotrebljivim jer predstavlja tzv. normalno glasanje koje bi moralo uslediti uvek kad je stranačka identifikacije jedini faktor izborne odluke. Stoga je, prema ovom autoru, koncept stranačke identifikacije sve više napadan. Studije Mičigenske škole nisu mogle zadovoljavajuće objasniti niz novih procesa u biračkom telu, kao što su rast nebirača i *ticket-splitting* (Beyme, 2002:35).

Slabljenje partijske identifikacije i "jaz između stranačke identifikacije i stvarne izborne odluke" (Beyme, 2002:35) otvorili su nova, međusobno isprepletena pitanja. Trebalo je, naime, utvrditi šta je uzrok slabljenju veza birača i političkih partija, odnosno na osnovu čega birači donose odluku za koga će da glasaju ako to nije na osnovu partijske identifikacije.

R. G. Niemi i H. F. Weisberg u svom radu *Dealignment And Realignment In the Current Period* iznose mišljenje po kojem se delimično objašnjenje za slabljenje partijske identifikacije moglo potražiti u "opštem uzroku" - slabljenju značaja klasnih podela u zapadnim društvima. Klasne razlike su, prema ovim autorima, bile od ključnog značaja nakon Industrijske revolucije i Velike ekonomske krize (*Great depression*). Međutim, 50-te i 60-te godine obeležene su poboljšanjem ekonomskog položaja pripadnika svih slojeva, tako da je tokom 70-ih i 80-ih bilo manje osnova za klasno glasanje. Do sporadičnih "povrataka" klasnom glasanju dolazilo je usled kraćih ekonomskih kriza, ali u većini razvijenih zapadnih društava klasno glasanje je u opadanju. I ovi autori ukazuju na podatke da je pored smanjenja uticaja klasnog rascepa na glasanje, na delu i slabljenje verskog rascepa (Niemi, Weisberg, 1993:323-324).

R. Hague i M. Harrop, kako je već navedeno, smatraju da slabljenje socijalnih rascepa doprinosi slabljenju identifikacije birača sa političkim partijama. Pored ovog, na slabljenje "starih veza" utiče i poja-

⁵² Nove partije uspevaju da skupe dovoljno glasova da bi se našle u zakonodavnim telima. Reč je, pre svih, o partijama zelenih i brojnim manjim desničarskim strankama (Niemi, Weisberg, 1993:323).

va tzv. *catch-all* partija, značajan uticaj medija i učinci vlasti.⁵³ Po ovim autorima, slabi uticaj trajnih faktora na izbor, a sve značajnije postaju determinante kraćeg trajanja (Hague, Harrop, 2004:143).

W. L. Miller i R. G. Niemi pišu da se naučnici ne slažu oko toga da li je uzrok slabljenja partijske identifikacije sociološke ili političke prirode. Sociološkim objašnjenjem podvlači se značaj "autonomnog procesa socio-strukturalne promene". Post-industrijsko društvo stvorilo je "nezavisne i snalažljive građane postmaterijaliste" koji su u stanju da delaju samostalno ili u okviru ad hoc organizacija čiji je cilj rešavanje određenog problema. Oni se na partije oslanjaju u manjoj meri od građana tradicionalnih masovnih društava. Kada je reč o Sjedinjenim Državama, ovakvo objašnjenje nalazi potporu u činjenici da je partijska identifikacija u manjoj meri oslabila među starijim, nego među mlađim generacijama. U skladu sa ovim je i trend personalizacije politike u Sjedinjenim Državama koji je počeo 60-ih, ali ne samo u SAD, nego i u Velikoj Britaniji. Zagovornici političkog objašnjenja uzroka slabljenja partijske identifikacije tvrde da se opštim makrosociološkim objašnjenjima ne mogu opravdati specifičnosti od zemlje do zemlje. Trend "uspona" partijske privrženosti birača u "novim demokratijama", po Niemiu i Milleru, ide u prilog ovom tumačenju. H. Schmitt i S. Holmberg ukazuju na dokaze prema kojima nivo privrženosti građana političkim partijama zavisi od stepena političke polarizacije i ideološkog konflikta i ideološkog konflikta među partijama (Miller, Niemi, 2002:177-178).

Drugo pitanje koje razmatraju W. L. Miller i R. G. Niemi tiče se odnosa nivoa partijske identifikacije i stabilnosti u glasanju. Na pri-

⁵³ Koncept "catch-all" stranke, koji je izložio O. Kirchheimer (1966), počivao je na postavci da su već šezdesetih godina 20. stoljeća potkopani temelji masovnih stranaka. Prvo, oslabile su tradicionalne društvene granice i kolektivni identiteti, što je otežalo identifikaciju zasebnih sektora biračkog tijela i njihovih stabilnih dugoročnih interesa. Drugo, privredni rast i jačanje države blagostanja olakšali su nastanak političkih programa koji su povezivali interese svih - ili gotovo svih - interesa društva. Treće, razvojem medija, napose televizije, stranačke vođe počele su se obraćati cijelome biračkom tijelu, a ne pojedinim njegovim dijelovima. U tim uvjetima, masovne integracijske stranke, koje su bile izraz oštih klasnih rascjepa i jakih "denominacijskih struktura", ustupaju mjesto *catch-all* strankama." (Kasapović, 2002:345).

meru Velike Britanije i Italije oni pokazuju da se fluktuacije u glasanju mogu objasniti "političkim okolnostima koje se menjaju", pre nego "promenama u socijalnoj psihologiji, to jest slabljenjem partijske identifikacije" (2002:178). Prema podacima R. J. Daltona, kojima ovi autori raspolažu, pada broja snažno identifikovanih birača u periodu 1964-1992, koji je inače u Velikoj Britaniji veći je od pada u bilo kojoj drugoj od 18 zemalja, ali, i pored toga, nije bilo porasta ukupne volatilnosti. Volatilnost je, međutim, oštro "skočila" 1997. godine kada je pobedio Bler mada tada nije zabeleženo smanjenje raširenosti partijske identifikacije. Situacija je slična i kada je reč o Italiji. Podaci Eurobarometra pokazuju lagan, ali konstantan pad partijske identifikacije u periodu 1978-1992. Procenat čvrstih pristaša u Italiji bio je viši od proseka za EU. Međutim, na osnovu ovih podataka nisu se mogle predvideti promene u italijanskom partijskom sistemu. "Promenama psihološke prirode kod italijanskih birača gotovo nikako se nisu mogli objasniti trendovi podrške partijama. Pad SSSR-a 1991. godine i erupcija skandala *tangetopoli* (podmićivanje) u Italiji 1992. godine doveli su do promena u ponudi otvorenoj biračima i predstavljaju uverljivije objašnjenje osnova volatilnosti nego što su to analize trendova u partijskoj identifikaciji" (Miller, Niemi, 2002:178). Ovi autori zaključuju da snaga partijske privrženosti ostaje dobar prediktor toga da li će pojedinac s većom ili manjom verovatnoćom u odnosu na druge svoj glas dati drugoj, a ne "svojoj", partiji, ali britansko i italijansko iskustvo ukazuju da "snaga partijske identifikacije u okviru biračkog tela kao celine nije glavna determinanta stabilnosti prilikom glasanja..." (Miller, Niemi, 2002:179). I prema ovim autorima, **kandidati i pitanja koja ovi pokreću u kampanjama predstavljaju faktore koji igraju značajnu ulogu u odluci birača za koga će da glasa.**

K. Beyme (2002:34-35) piše da se u Sjedinjenim Državama tokom 60-ih i 70-ih, dogodila snažna promena. Partijska identifikacija je oslabila, uz opadanje izborne participacije i sve veću fluktuaciju glasova birača, to jest volatilnost. Od J. F. Kenedija su sve jače isticali politički programi. Sve snažniji uticaj na izbornu odluku birača imale su teme koje su političke partije pokretale u kampanjama.. Međutim, vrlo brzo, kao posrednička instanca između problema i izborne odluke, uvodi se političko vođstvo i ovo se, prema K. von Beymeu, duguje konceptu demokratije elita koje "nije dopuštalo optimističko tuma-

čenje slabljenja stranačke identifikacije u tom smislu da se doista pojavio višestruko konstruisani birač koji se racionalno odlučuje među programima". Kritičari "racionalnog birača" naglašavali su činjenicu da su ispitanici retko bili u stanju da navedu najvažnije tačke u programima partija i da su se mišljenja o pojedinim tačkama samo u manjem broju slučajeva sklappala u doslednu sliku preferencija stranaکا. Početno ograničavanje istraživanja na predsedničke izbore dovelo je do zaoštavanja postavke. U izborima za Kongres, u kojima kandidati nisu biračima poznati u onoj meri u kojoj su to predsednički kandidati, glasanje na osnovu problema, dakle, bez dominantne uloge političkih lidera i dalje je igralo značajnu ulogu. Beyme, dakle, kao i Miller i Niemi, nalazi da **političke okolnosti koje se menjaju, značajni politički događaji, problemi i kandidati - faktori kraćeg trajanja, doprinose slabljenju partijske identifikacije i zauzimaju ključnu poziciju u odluci birača za koga će da glasaju.**

Do gotovo istovetnih zaključaka kao i K. von Beyme, ali četvrt veka ranije, u vreme kada je slabljenje partijske identifikacije dostizalo vrhunac, došao je i G. Sartori. U osvrtu na teoriju prostorne kompeticije (*spatial competition*) A. Downsа, u knjizi *Partije i partijski sistemi*, Sartori navodi da se tri koncepta izdvajaju kao ključni za razumevanje glasanja: problemi/teme koje kandidati i partije pokreću u kampanjama, partijska identifikacija i imidž partija i kandidata. On nastoji 1) da analizira međuodnose ovih konceptata i 2) da utvrdi da li je, kako su tvrdili autori *The American Voter*, partijska identifikacija glavna pojedinačna odrednica izbornog ponašanja. Kako bismo, ne skrećući tok rasprave, mogli odmah da uporedimo nalaze Sartorija sa prethodno iznetim rezultatima istraživanja izbornog ponašanja, prvo ćemo se posvetiti drugom Sartorijevom pitanju.

U traženju odgovora na pitanje šta i u kojoj meri određuje biračev izbor, G. Sartori polazi od Stokesove analize odnosa determinanti izbornog ponašanja i modela prostorne kompeticije A. Downsа. Za nas su važne Sartorijeve analize dva Stokesova prigovora teoriji Downsа. Prva tačka Stokesove kritike je, kako Sartori piše, "pomalo zagonetna" budući da se njome pretpostavlja problemska javnost u vreme kada se kod mičigenskog tima pokazuje da su "problemske orijentacije i problemske percepcije slabo povezane s izbornim odabirima i da su stranačke identifikacije najsnažnija pojedinačna motivacija

ponašanja birača Sjedinjenih Američkih Država" (Sartori, 2002:284).⁵⁴ G. Sartori nalazi da je tokom 60-ih i 70-ih godina bilo više *issue* glasanja nego u vreme istraživanja A. Campbella i saradnika.⁵⁵ Ova promena ga ne iznenađuje, pogotovu ako se u obzir uzmu predsednički izbori 1964, 1968. i 1972. održani u Americi koja je bila duboko potresena Vijetnamom, usijana rasnim problemima i studentskim nemirima. "Izbori 1968- kad su Vijetnam, studentski nemiri i rasni neredi bili na vrhuncu - izbacili su probleme u prvi plan i povećali "policy-glasovanje". Takođe, izbori 1964, po G. Sartoriju, pokazali su da postoji veća ideološka svest i bolja percepcija stranačkih razlika. "Goldwater je doista uspio, iako ne u svoju korist, imidž Republikanske stranke pomaknuti udesno - upravo kao što je 1972. McGovern uspio imidž demokrata pomaknuti ulijevo". Podaci kojima je ovaj autor raspola-gao pokazivali su da su američki birači u tom trenutku postajali ideološki svesniji ili, u najmanju ruku, "motiviraniji liberalno-konzervativnim imidžem stranaka"(Sartori, 2002:284 i 286). Po ovom autoru, dakle, **policy (issue) glasanje i imidž stranaka i njihovih kandidata postaju sve značajnija determinanta izbornog ponašanja u Sjedinjenim Američkim Državama, mada, uzeti zasebno, nijedan od izbora koje je Sartori uzeo za primere nisu bili "kritični", to jest nisu za rezultat imali duboko, trajno i temeljno pregrupisanje.**⁵⁶

⁵⁴ Ovo sledi iz nalaza A. Campbella i Ph. E. Conversea po kojima je "...za javnost, u oštroj suprotnosti sa elitom, stranačka preferencija... relativno nepovezana s problemskim pozicijama" (P.E. Converse, "The Nature of Belief System in Mass Publics", u D.E. Apter, *Ideology and Discontent*, Free Press, 1964, str. 229, prema Sartori, 2002:285).

⁵⁵ "...brojke nedvojbeno svjedoče o promjeni obrasca. Dok između 1952. i 1964. nije bilo gotovo nikakvih bitnih promjena, a 1972. se više od trećine američkoga biračkog tijela pokazalo "neovisnim", to jest neidentificiranim, a samo polovina pokazala je snažnu identifikaciju s jednom od dvije stranke" (Sartori, 2002:286).

⁵⁶ Pojam "kritični izbori" - koji je uveo Key - razvio je W. D. Burnham. Osnovnu liniju ili "nulti model" dao je Ph. E. Converse utemeljenjem "normalnog glasanja", koji takođe pruža i parametar za tzv. "odstupajuće" (*dealignment*) i "restabilizujuće" izbore (*realignment*) (Sartori, 2002:286). Prema značaju ličnosti kandidata u odnosu na partijsku identifikaciju, A. Campbell i saradnici (1976:76) razlikuju tri tipa predsedničkih izbora u SAD: 1) podržavajući izbori (*maintaining elections*); 2) devijantni izbori (*deviating election*); 3) izbori pregrupisanja (*realigning elections*) (Slavujević, 2005:108, antrfile).

Uopšte uzetv, rezultati istraživanja izbornog ponašanja tokom 60-ih i 70-ih godina prošloga veka pokazuju da je **ojačala uloga kratkotrajnih faktora izborne odluke** (*short-term factors*) u odnosu na **partijsku identifikaciju**. Reč je, pre svega, o **porastu uticaja koji na odluku birača za koga da glasa imaju teme/pitanja koje se pokreću u izbornim kampanjama, značajni događaji i imidž političkih partija i njihovih kandidata**. U produbljenijoj analizi uticaja ovih faktora na izbornu odluku birača i njihovog odnosa sa partijskom identifikacijom koja će uslediti u nastavku teksta, pažnju ćemo posvetiti i uticaju partijskog i izbornog sistema i medija na odnos između ovih faktora i izbornog ponašanja. Prema W. L. Milleru i R. G. Niemiju to su, pored onih koje smo do sada analizirali, činioci "uslovljavanja i ograničavanja" (*conditioning and constraint*) naizgled slobodne odluke birača za koga da glasa (Miller, Niemi, 2002:181-187).

Teme koje se pokreću u kampanji kao neposredne determinante izborne odluke

Mada su istraživači izbornog ponašanja u istraživanjima krajem 60-ih i tokom 70-ih godina prošloga veka ukazali na značajniji uticaj neposrednih determinanti izbornog ponašanja kraćeg trajanja na odluku birača za koga da glasa, relativni značaj triju neposrednih determinanti izborne odluke ostao je predmet sporenja. Savremenija literatura o determinantama izbornog ponašanja fokusirala se na istraživanje problema (*issues*) i imidža kandidata (više nego imidža političkih partija), kao i načina na koji ovi faktori utiču na formiranje biračeve izborne odluke. Pristupi istraživanju uticaja ovih faktora su različiti. Istraživanja tema kao faktora izborne odluke bazirana su prevashodno na dostignućima teorije racionalnog izbora, "pozajmljene" iz ekonomije, dok se u istraživanjima uloge imidža kandidata polazi, pre svega, od rezultata do kojih se došlo u socijalnoj psihologiji.

Savremena literatura o glasanju na osnovu tema koje partije ili njihovi kandidati pokreću u izbornim kampanjama više ne ispituje da li su teme važne za biračevu odluku za koga će da glasa, već istražuje koje su to teme koje su od značaja za izbornu odluku i u kakvim uslovima dolaze do izražaja. Kada su "revizionisti" došli do zaključka da teme, ipak, determinišu biračev izbor, pošlo se od jednostavnog modela prema kojem su glasači vršili procene obećanja koje kandi-

dati daju tokom izborne kampanje i glasali za onog čije su problem-ske pozicije bile najbliže njihovim sopstvenim. Međutim, kako se polje istraživanja usložnjavalo glasanje za "najbližeg" kandidata i "oslanjanje" na obećanja dovedeni su u pitanje, a savremena istraživanja fokusirala su se na značaj različitih tipova tema koje partije i kandidati pokreću u kampanjama (Niemi, Weisberg, 1993:138).

Znatan, možda i najveći, deo literature o temama koje se pokreću u kampanji fokusiran je na **ekonomske probleme** i rešenja koja se za njih nude. Veličinu značaja ekonomskih pitanja u izborima, čini se, niko nije izrazio tako jasno kao što je to učinio američki predsednički kandidat R. Regan u izborima 1980. godine izjavom: "Kada donosite odluku na izborima mogli biste se zapitati jeste li napredovali (finansijski - S.A.) u odnosu na period od pre četiri godine". Postavljanjem ovog pitanja u jednoj televizijskoj debati R. Regan je krivicu za izostanak poboljšanja finansijskog položaja većine američkih glasača pripisao direktno administraciji tada još aktuelnog predsednika i svog protivkandidata J. Cartera. Šest dana nakon što je postavio ovo pitanje R. Regan je odneo ubedljivu pobjedu nad demokratskim protivkandidatom (Norpoth, 1996: 300).

Dok u kampanjama opozicija preuveličava probleme i minimizuje uspehe vlasti, vlast hvali postignuto i minimizuje neuspehe. B. Clinton je mogao sa punim kredibilitetom da tretira ekonomske teme u kampanji za reizbor na mesto američkog predsednika, jer je u toku njegovog prvog mandata američka ekonomija doživela snažan uzlet. Rašireno je mišljenje da je upravo dobro stanje ekonomije presudno uticalo na njegov reizbor za predsednika i pored mnogih rezervi u pogledu njegovih drugih osobina (Slavujević, 2005:110, antrfile 1). I u toku drugog mandata, B. Clinton je beležio uspehe na polju ekonomije. Tokom četiri godine privredni rast iznosio je najmanje 4% godišnje, a udeo ispitanika koji je izražavao svoje pozitivno mišljenje o njemu kao lideru nije pao ispod 60% što je najviši ikada zabeleženi rejting jednog reizabranog šefa Bele kuće u istoriji istraživanja mnenja (Nelson, 2001:55).⁵⁷

⁵⁷ U svakoj godini Clintonove vladavine nezaposlenost je beležila pad, i konačno je pala ispod 4%. Prosečna godišnja stopa inflacije bila je najniža od ranih 60-ih, a ogroman budžetski deficit koji je nasledio od prethodnika B. Clinton je "pretvorio" u enorman višak (Nelson, 2001:55).

Uspehe postignute na ekonomskom polju iskoristila je britanska Konzervativna partija u izbornoj kampanji 1983. godine. Konzervativci su insistirali na pozitivnim rezultatima koje je vlada M. Thatcher u toku mandata ostvarila na suzbijanju inflacije i podsećali da je time ispunjeno obećanje ove partije dato biračima u izbornoj kampanji 1979. godine. Britanski birači poverili su Konzervativnoj partiji i naredni mandat uprkos tome što nije imala rešenje za nezabeleženu stopu nezaposlenosti na šta su, kritikujući vlast, u svojoj kampanji ukazivali laburisti. Inače, insistiranje M. Thatcher na ekonomiji slobodnog tržišta naišlo je na dobar odziv kod britanskih birača (Norpoth, 1996:307) i upravo je ova raširena podrška slobodnom preduzetništvu podstakla laburiste da se vrlo brzo odreknu nekih svojih pozicija u ekonomskoj politici.⁵⁸ Tokom izborne kampanje 1997. godine, T. Blair je uveravao birače da je partija doživela promene u svojoj osnovi. T. Blair je insistirao na tome da "ljudi moraju da shvate da su bitke velikih ideologija 20. veka završene". On je unutar svoje partije dugo radio na izmeni čuvene klauzule broj 4, tvorevine S. Webba, zagovornika fabijanskog socijalizma, kojom se zagovara "zajedničko vlasništvo nad sredstvima za proizvodnju, distribuciju i razmenu". Po T. Blairu je "apsurdno da jedna od vodećih vrednosti Laburističke partije bude nacionalizacija velikih razmera kada, u stvari, sama partija u to više ne veruje" (TIME, 28 april 1997, strana 20). U kojoj meri makroekonomska pitanja mogu biti značajna na najbolji način pokazuje primer kanadskih izbora 1988. godine kada je pitanje slobodne trgovine sa Sjedinjenim Državama postalo ključno i "lomeći koplja" oko ovog pitanja sa konzervativcima liberali su odneli pobjedu (Norpoth, 1996:306).

Inače, kada je reč o glasanju na osnovu ekonomskih, ali i drugih tema koje se pokreću u kampanji, izraženo je neslaganje oko toga

⁵⁸ Široka podrška britanskih birača ekonomiji slobodnog tržišta posledica je, pre svega, uspeha koje je vlada sa M. Thatcher na čelu postigla tokom svojih mandata postigla na ekonomskom polju. Londonski TIME je pisao da su torijevci M. Thatcher od dolaska na vlast nakon tzv. zime nezadovoljstva 1978-1979. svojom politikom slobodnog tržišta ostavili neizbrisiv trag na život Britanaca. Sindikati više nisu imali predašnju snagu. Veliki deo radničke klase "prelio" se u srednju klasu, a procenat onih koji poseduju sopstvenu kuću od 1981. godine popeo se sa 54% na 68% (TIME, 28. april 1997, strana 18).

da li birači, donoseći odluku za koju partiju ili kandidata će da glasa-ju, procenjuju njihov prethodni učinak u oblastima na koje se odnose date teme ili je reč o procenama delotvornosti njihovog budućeg angažovanja. Drugim rečima, prevlađuje li, kada je reč o tematskom glasanju, **retrospektivno** ili **prospektivno** glasanje? Jedna od najuti-cajnijih analiza glasanja na osnovu problema tokom 80-ih godina sva-kako je Fiorinina analiza retrospektivnog glasanja. M. Fiorina je po-kazao da su procene rezultata koje su političke partije postigle u periodima kada su činile izvršnu vlast biračima bile važnije od obeća-nja koje im upućuju kandidati. Ovaj pristup proveravali su W. L. Miller i M. P. Wattenberg analizom komentara koje su ispitanici davali na pitanja NES-a (*National Election Studies*) o tome šta im se sviđa ili ne sviđa kod predsedničkih kandidata. Došli su do zaključka da su bira-či kandidata koji teži reizboru procenjivali prvenstveno na osnovu ono-ga što je postigao tokom mandata, dok su evaluacije izazivača pro-spektivne. Prospektivne procene dominantne su i u predsedničkim izborima u kojima ne učestvuje aktuelni predsednik (Niemi, Weisberg, 1993:140). W. L. Miller i M. P. Wattenberg imali bi pravo da su pred-sednički kandidati anonimni, ali takvih nema. Kada je o izazivaču reč, procenjuje se šta je postigao na prethodnim političkim funkcijama. Situaciju komplikuje i senka retrospektivne evaluacije partije kojoj iza-zivač pripada. Prema B. Lockerbieu, podsetimo, promene u partij-skoj privrženosti pojedinaca posledice su njihovih očekivanja u vezi sa sposobnošću partija da omoguće ekonomski napredak (Locker-bie, 1989:291). Lewis-Beck (1988) nalazi da, pored retrospektivnih, i prospektivne evaluacije imaju značajan uticaj na odluku birača za ko-ga će da glasa (Niemi, Weisberg, 1993:141). Zaključak M. B. MacKu-ena i saradnika (1992) je da Amerikanci, procenjujući rad predsedni-ka tokom mandata, u vidu imaju izgleda nacionalne ekonomije. Poje-dini autori, kao Suzuki (1992) ili Kirchgäsner (1991), nalaze, pak, da rad predsednika ili vladajuće partije birači procenjuju u svetlu aktuel-nih ekonomskih uslova i da ne razmišljaju o njihovim eventualnim učin-cima u budućnosti (Norpoth, 1996:316).

Rasprava o temama koje se pokreću u kampanjama kao nepo-srednim faktorima izborne odluke mogla bi čitaoca navesti na zaklju-čak da se glasanje na osnovu tema praktično svodi na ekonomsko glasanje. Mada je literatura o ekonomskom glasanju najobimnija, te-matsko glasanje se ovim, ipak, ne iscrpljuje. J. H. Aldrich i saradnici

pokazali su da, pored ekonomskih, i **teme iz oblasti spoljne politike** mogu takođe imati značajan efekat na izbornu odluku. Prema ovim autorima, od kraja Drugog svetskog rata pa do kraja rata u Vijetnamu interesovanje velikog dela biračkog tela za spoljnopolitičke teme bilo je vrlo izraženo. I kasnije, na izborima 1980. i 1984. godine, spoljnopolitička pitanja, uz ekonomska, bila su od centralne važnosti, a samo na izborima 1976. godine ona nisu imala značajniju ulogu. Spoljnopolitičke teme pokretane su u izbornim kampanjama 1952, 1972. i 1980 i u značajnoj meri odredile ponašanje birača na tim izborima. Ovi autori zaključili su da su u ova tri izbora ratovi u Koreji i Vijetnamu i kriza talaca u Iranu bile teme koje su sadržale snažnu domaću komponentu i uticale na svakodnevni život pa su zato igrale tako značajnu ulogu (Aldrich, Sullivan, Borgida, 1993:167). Rat u Koreji bio je, pored korupcije vladajuće administracije i komunizma, tema koju je R. Taft pokrenuo u kampanji za nominaciju kao kandidata Republikanske stranke, a protiv tadašnjeg demokratskog predsednika H. Trumana. Ove tri teme su po R. Taftu izazivale nezadovoljstvo Amerikanaca, a primenom iste strategije, dakle isticanjem neuspeha vlasti, D. Eisenhower će kao kandidat republikanaca na tim izborima da pobedi demokratskog protivkandidata A. Stevensona (Slavujević, 2005:110, antrfile 2).

Poput značajnih tema, i **važni događaji** mogu u velikoj meri da opredele način na koji će birači da glasaju. W. L. Miller i R. G. Niemi podsećaju kako je ovo svojevremeno potvrdio i britanski premijer H. MacMillan rekavši da mu je tokom mandata najteže bilo izaći na kraj sa događajima. W. L. Miller i R. G. Niemi pišu da ono što političar podrazumeva pod događajem je nepredvidiv događaj - iznenadna naftna kriza, izbijanje oružanog sukoba, skandal na visokom nivou... Dobar primer ovog predstavljaju nemiri koje su 1979. godine u Britaniji izazvali industrijski radnici, tzv. zima nezadovoljstva koja se brzo pretvorila u masovni protest protiv vlade laburista okončan izborom M. Thatcher za premijera (Miller, Niemi, 2002:179).

Rasprava o pristupu Evropskoj zajednici u Danskoj i Norveškoj primer je posebnog političkog događaja koji cepa biračko telo preko tradicionalnih linija sukoba, slabi tradicionalne stranačke veze i određuje izbornu ponašanje (Beyme, 2002:39).

Kako jedan događaj može da utiče na slabljenje tradicionalnih partijskih veza i da opredeli izbornu odluku birača možda najbolje

pokazuje situacija u SAD pred predsedničke izbore 2004. godine. Tri godine nakon terorističkog napada na Njujork i Vašington i Bushove objave "rata terorizmu", američki muslimani, ne slažući se sa njegovom politikom na Bliskom Istoku i smatrajući da su im ugrožena ljudska prava u samoj Americi, nastoje da mobilizacijom muslimanskih birača doprinesu porazu ovog predsedničkog kandidata za koga su, inače, glasali na prethodnim izborima (www.amperspective.com, 11. septembar 2006).⁵⁹ Međutim, Bushov "rat terorizmu" za ogroman broj Amerikanaca tema je "kućnog praga". Pred izbore 2004, ova tema bila je značajnija od ekonomskih tema i američke akcije u Iraku koju je oštro kritikovao Bushov protivkandidat J. Kerry. Rašireno je mišljenje da su Amerikanci za koje su borba protiv terorizma i pitanja moralnih vrednosti značajna pitanja glasali za Busha, a oni kojima su bile važnije ekonomske teme i akcija SAD u Iraku glasali za Kerrya (http://en.wikipedia.org/wiki/US_presidential_elections_2004, 10. septembar 2006). Koliki je značaj teme borbe protiv terorizma govori i činjenica da je G. Bush reizabran za predsednika i pored toga što je njegova administracija u toku prvog mandata čak direktno kršila ljudska prava i to baš u cilju rešavanja ovog problema, a javno mnjenje bilo podeljeno kada je reč o pozitivnom, odnosno negativnom, mišljenju o radu predsednika.⁶⁰ (Videti grafikon 2 - *Pozitivna mišljenja građana SAD o predsedniku G. Bushu 2001-2006*, strana 120). Na izborima 2004. G. Bush je osvojio apsolutnu većinu od ukupnog broja glasova - 50,7% (286 elektorskih glasova), naspram 48,3% (252 elektorska glasa) koliko je pripalo protivkandidatu Kerryu, i prvi je kandidat kome je to pošlo

⁵⁹ Prema podacima Saveta za američko-islamske odnose 27% ispitanika - američkih muslimana septembra 2003. smatralo je da je Demokratska partija ta koja na najbolji način reprezentuje interese američkih muslimana. Samo 3% ih je tom prilikom izjavilo da je Republikanska partija najbolji reprezentant interesa muslimana u SAD (www.amperspective.com, 11 septembar 2006.).

⁶⁰ G. Bush često je kritikovan zbog metoda koje su korišćene u borbi protiv terorizma, a kojima se direktno ugrožavaju prava pojedinaca. On je nakon napada 2001. godine odobrio tajno prisluškivanje miliona Amerikanaca. Federalni sud u Detroitu je tek posle pet godina, u vreme njegovog već drugog mandata, ovu odluku proglasio protivnom ustavu i naredio da se prisluškivanje obustavi (НИН, 24. avgust 2006, strana 52).

za rukom u prethodnih 16 godina (http://en.wikipedia.org/wiki/US_presidential_elections_2004, 10. septembar 2006).

Još drastičniji je primer parlamentarnih izbora u Španiji, od 14. marta 2004. godine. Bombaški napadi u španskoj prestonici, izvršeni u znak odmazde zbog angažovanja Španije u Amerikom predvođenom ratu na Bliskom Istoku, odredili su ishod ovih izbora tri dana pre njihovog održavanja. Narodna partija premijera H. M. Aznara izgubila je izbore iako su rezultati ispitivanja javnog mnjenja pre ovog događaja pokazivala da je siguran pobednik. Španska socijalistička partija sa J. L. Zapaterom na čelu osvojila je najveći broj glasova birača i mesta u parlamentu (164) i uspela da nakon dva uzastopna neuspeha da porazi Narodnu partiju. Opšteprihvaćeno mišljenje je da je bombaški napad u Madridu praćen obećanjem Zapatera da će, ako pobedi, povući španske trupe sa Bliskog Istoka glavni faktor pobeđe PSOE. Inače, pitanje oko kojeg su se najviše razilazili kandidati dve vodeće partije bio je upravo Irak. Prema istraživanjima mnjenja, u godini izbora, ogromna većina (preko 90%) ispitanika protivila se učešću njihove zemlje u američkoj invaziji na Irak. Ovo pitanje, pokazalo se, ranije nije moglo da spreči vladajuću partiju da ponovo osvoji izbore. Međutim, događaj od 11. marta i obećanje protivkandidata kojim se smanjuje opasnost od terorističke odmazde u Španiji zbog učešća njenih trupa u invaziji na Irak, ipak, jesu (<http://en.wikipedia.org/wiki/Zapatero>, 10. septembar 2006).

Dva zaključka mogu se izvući iz istraživanja uticaja tema na izbornu odluku birača: (1) **teme koje političke partije i kandidati pokreću u izbornim kampanjama mogu imati snažan uticaj na izbornu odluku birača** i (2) **mogu uticati na promene u njihovoj partijskoj identifikaciji. Opravedanim su se pokazale tvrdnje istraživača izbornog ponašanja s kraja 60-ih i tokom 70-ih godina prošloga veka da je uticaj tema kao neposrednih faktora izborne odluke potcenjen u zaključcima autora *The American Voter* i njihovih sledbenika.** Značajne, "velike" teme, bez obzira da li je reč o stanju ekonomije, pitanju bezbednosti ili nekoj drugoj, mogu u znatnoj meri, ponekad i u potpunosti, da opredele birača za koga da glasa. Značajni događaji takođe. Pokazalo se da "snažna" pitanja predstavljaju "mamac" za promenu partijske lojalnosti. Birači se, usled značaja koji izvesna pitanja imaju za njih, mogu identifikovati sa političkom partijom koja ta pitanja tretira.

Imidž kandidata i političkih partija kao neposredna determinanta izborne odluke

Uz partijsku identifikaciju i teme koje se pokreću u izbornim kampanjama, imidž kandidata smatra se trećom značajnom determinantom izbornog ponašanja još od studije *The Voter Decides* A. Campbella i saradnika iz 1954. godine. Nalazi A. Campbella i saradnika postali su osnova za kasnija istraživanja kako ličnost, odnosno lične karakteristike kandidata mogu uticati na izbornu ponašanje u Sjedinjenim Državama i to ne samo kada je reč o predsedničkim izborima, nego i u izborima za niže nivoe vlasti. Šest godina kasnije, sledeća velika izborna studija *The American Voter* potvrdiće ove nalaze i pokazati koliko je imidž kandidata bio značajan faktor u izbornim pobeđama predsedničkog kandidata D. Eisenhowera 50-ih godina prošloga veka. Kasnije se, međutim, postavilo pitanje važe li nalazi američkih istraživača i u drugim političkim sistemima, odnosno državama. Uticaj imidža partijskih lidera, odnosno kandidata, na izbornu odluku birača postao je predmet istraživanja i u razvijenim parlamentarnim demokratijama poput Britanije, Nemačke, Kanade. Američki model proverava se i u predsedničkim sistemima tzv. "mladih" demokratija, kao što su Rusija i Meksiko, ali i u etabliranim demokratijama sa manje snažnom institucijom predsednika poput Irske, Austrije i Francuske. Inače, u većini parlamentarnih sistema dominira tzv. model odgovorne partije na vlasti prema kojem partije, pre nego pojedinci, imaju uticaj na izbornu odluku birača (McAllister, 1996:281).

Ličnost kandidata, po W. L. Milleru i R. G. Niemiju, može imati "dramatičan efekat" na izbornu odluku birača i to ne samo u predsedničkim sistemima, ali često je veoma teško razdvojiti uticaj lidera i imidža partije na biračevu odluku za koga da glasa. Nasuprot tome, kako pokazuju B. Aardal i H. Oscarsson, u skandinavskim zemljama značaj imidža partija neuporedivo je veći od značaja imidža njihovih lidera ili kandidata na izbornu odluku birača (Miller, Niemi, 2002:170). Direktna i indirektna uticaj imidža partije na izbornu odluku japanskih birača, po B. M. Richardsonu, najveći je u odnosu na druge istraživačke činioce - partijsku identifikaciju, teme kampanje i dr. (Slavujević, 2005:107, antrfile).

U razmatranju uticaja imidža kandidata i lidera, odnosno imidža političkih partija na izbornu ponašanje u obzir se moraju uzeti institu-

cionalni aranžmani kao deo konteksta u kojem se izbori odvijaju. Tip izbora, to jest izbornog sistema, zaključak je Z. Slavujevića, jedan je od činilaca koji opredeljuje značaj imidža kandidata u izbornim borbama. U većinskim izbornim sistemima, u kojima se u svakoj izbornoj jedinici glasa za jednog od više kandidata, značaj imidža je dominantan, premda se i tada kroz imidž kandidata provlači njegova partijska pripadnost, značaj tema koje pokreće i sl. U proporcionalnim izbornim sistemima, u kojima se glasa za partijske liste, imidž kandidata ima manji značaj, dok partijska identifikacija i imidž partije, pitanja koja pokreće i rešenja koja nudi postaju presudni. I tada se, ipak, računa i na imidž lidera ili nekog drugog člana stranke, posebno ako sa uspehom obavlja ili je obavljao neku značajnu državnu funkciju - oni figuriraju kao "nosioci" liste, kao garanti kvaliteta ostalih kandidata na partijskoj listi (Slavujević, 2005:109).

Prema nekim istraživačima izbornog ponašanja, izbori za zakonodavna tela u demokratskim zemljama tokom poslednjih nekoliko decenija sve više liče na predsedničke izbore. Sve veća pažnja koja se posvećuje partijskim liderima u parlamentarnim sistemima dovela je do onog što je danas u literaturi o izbornom ponašanju poznato kao *teza o prezidencijalizaciji*. Tvrdi se, naime, da institucionalni aranžmani unutar jedne zemlje imaju relativno slab uticaj na ponašanje lidera dok su na vlasti. Parlamentarni sistemi sve više liče na predsedničke, a način na koji premijer kontroliše izvršnu vlast identičan je načinu na koji to čini izabrani predsednik u predsedničkim sistemima. U parlamentarnim sistemima, lideri preuzimaju mesto koje je, kada je o izborima reč, pripadalo političkim partijama. Na delu je tendencija "prezidencijalizacije politike" (*presidentialization of politics*) u parlamentarnim demokratijama koja prati američku politiku usredsređenosti na kandidata (*candidate-centered politics*) (Wattenberg, 1991, prema McAllister, 1996:286). Šta je uzrok ovoj promeni? Pre nego što potražimo odgovor na ovo pitanje, osvrnućemo se na rezultate istraživanja uticaja imidža kandidata na izbornu odluku birača.

U pregledu istraživačkih napora na otkrivanju značaja imidža kandidata za izbornu odluku birača u SAD polazi se, kako smo i prethodno rekli, od nalaza autora izborne studije *The American Voter* u kojoj je ukazano na značaj uloge imidža predsedničkog kandidata Eisenhowera u izbornim poredama 50-ih godina. Međutim, iako važne, biračeve percepcije kandidata smatrane su iracionalnima i, osim u

posebnim okolnostima, smatralo se da u neznatnoj meri utiču na način na koji će on glasati. Iako su, dakle, autori *The American Voter* našli da je lični faktor bio presudan za ponovni izbor D. Eisenhowera 1956. godine, ovaj slučaj uzet je za specifičan. Šest godina kasnije D. Stokes će doći do zaključka da se značajne varijacije u rezultatima glasanja na američkim predsedničkim izborima mogu pripisati imidžu kandidata kao kratkotrajnom faktoru izborne odluke (*short-term factor*), ali da je američkim glasačima glasanje na osnovu imidža kandidata još uvek bilo "manje osobeno od glasanja na osnovu problema" (Niemi, Weisberg, 1993:143).

Imidž predsedničkog kandidata, smatralo se, u velikoj meri je projekcija partijske identifikacije, koja u najvećoj meri utiče na rezultate izbora. Mada predsednički kandidati poput D. Eisenhowera mogu uneti dinamiku u predsedničku trku i pojačati kolebljivost, ovakvi slučajevi su retkost. "Glasalo se po normalnim partijskim obrascima" (McAllister, 1996:289). Međutim, rezultati istraživanja ponašanja američkih birača na izborima tokom 70-ih i 80-ih godina promenili su sliku o uticaju imidža kandidata na biračev izbor. Partijska identifikacija i partijski programi sve manje su odlučivali o pobednicima američkih predsedničkih izbora, a sve veći je postao uticaj imidža kandidata. Poraz G. McGoverna 1972. godine, poraz J. Cartera 1980, ali i njegova pobeda 1976. nakon afere Watergate i Fordovog pomilovanja R. Niksona, kao i reizbor R. Reagana 1984. godine mogu se pripisati njihovim ličnim osobinama (Niemi, Weisberg, 1993:143). Pobeda J. Johnsona nad B. Goldwaterom 1964. godine takođe je pripisana njegovoj ličnoj popularnosti (McAllister, 1996:289). Značaj rezultata ovih istraživanja nije bio samo u potvrdi da imidž kandidata predstavlja značajan faktor izborne odluke nego i u podsticaju istraživačima da utvrde kakva je "struktura" imidža kandidata, to jest koji aspekt imidža u najvećoj meri utiče na biračev izbor. Istraživači su, naime, našli da su birači, procenjujući predsedničke kandidate, polazili od različitih karakteristika poput (ne)kompetentnosti (kao u slučaju G. McGovern 1972. i J. Cartera 1980.), poštenja (J. Carter, 1976), odlika snažnog lidera (R. Regan, 1984). Time su, osim toga, dovedeni u pitanje zaključci istraživanja iz 50-ih i 60-ih godina prema kojima je glasanje na osnovu imidža kandidata u svojoj osnovi iracionalno. R. G. Niemi i H. F. Weisberg ovo sumiraju na sledeći način: "Glasati protiv kandidata koji ne deluje kompetentno ne treba shvatiti kao iracionalno niti

za takvo treba uzeti glasanje protiv kandidata koji deluje kao slab lider. Glasanje na osnovu tema obično se smatra krajnjim vidom racionalnog glasanja, ali ono je u manjoj meri racionalno ukoliko se kandidat koga preferišu zbog pitanja koja pokreće ne smatra dovoljno kompetentnim ili dovoljno dobrim liderom da svoju politiku sprovede u delo onda kada bude izabran. Takođe, procena kompetentnosti kandidata i stepena u kojem se na njega može osloniti može biti pogodna za prognoze koji će kandidat bolje reagovati kada u naredne četiri godine iskrsnu nova pitanja, problemi i krize. Stoga, *candidate voting*, ispravno je razmišljanje, u istoj meri može biti racionalno kao i glasanje na osnovu problema (Niemi, Weisberg, 1993:143). Gledište da glasači racionalno procenjuju kandidate u znatnoj meri je poduprlo jedno šire gledište u istraživanjima izbornog ponašanja - da su mišljenja i ponašanje birača u osnovi racionalni bilo da je reč o liderima, problemima ili partijama koje su zastupali B. Page i R. Y. Shapiro (1992) ili J. Rusk i H. F. Weisberg (1972) (McAllister, 1996:290).

Da imidž kandidata nije puka projekcija partijske identifikacije kako se u početku mislilo, ali i da veza ova dva faktora ostaje snažna, pokazuju i podaci Američke studije nacionalnih izbora (NES) za period 1952-1992. Zaključak o promenama u načinu na koji američki birači procenjuju predsedničke kandidate bazira se na promenama u proporciji ispitanika koji su, glasajući za ili protiv nekog predsedničkog kandidata tokom perioda 1952-1992, u obzir uzimali ekonomske, partijske ili sociološke faktore. U skladu sa smanjenjem broja partijski identifikovanih, smanjio se i udeo ispitanika koji se u evaluaciji kandidata rukovodio partijskom identifikacijom i to sa više od 30% 1952. na 14% 1992. godine. Kada je reč o sociološkim faktorima, nije bilo velikih oscilacija. Prosek za posmatrani period je oko 14%, a najveća vrednost zabeležena je 1984. godine - 25%. Najčešće promene zabeležene su kada je reč o ispitanicima koji su izjavljivali da su se u procenama predsedničkih kandidata rukovodili ekonomskim faktorima. U samo jednom međuizbornom periodu, između 1968. i 1972, broj se uvećao sa 13% na 34%, a onda je neznatno pao 1976. godine. Godine 1980. došlo je do ponovnog rasta, da bi 1984. godine čak 60% ispitanika u procenama predsedničkog kandidata pošlo od ekonomskog faktora. Za oko 1/6 ispitanika partijski faktor i dalje je bio od ključne važnosti. Na sledećim izborima, 1988. godine, broj ispitanika kojima je ekonomski faktor i dalje bio od značaja u proceni

predsedničkog kandidata prepolovio se budući da su u izbornoj kampanji preovladavale neekonomske teme poput smrtne kazne. Na izborima 1992. godine visok procenat, 57% ispitanika, u proceni kandidata pošao je od ekonomije, a 1/5 od partije (McAllister, 1996:291).

Kod američkih birača očito je došlo do značajne promene u načinu na koji procenjuju predsedničke kandidate. Sve manje ih vide u partijskom kontekstu, a sve više kroz ekonomiju. Ovo pokazuje i da sami lideri, odnosno, njihov imidž postaje sve značajniji faktor izborne odluke. Koji aspekti imidža kandidata ili lidera u najvećoj meri utiču na izbornu odluku birača? U nastojanju da dođu do odgovora na ovo pitanje, istraživači Američke studije nacionalnih izbora (NES) su, istražujući izbornu ponašanje američkih birača tokom 80-ih, formirali dve baterije pitanja. Jedan pristup, odnosno deo pitanja, odnosio se na osobine kandidata. Ispitanici su pitani da li kandidata vide kao poštenog vrednog, odgovornog i sl. Drugom baterijom pitanja, istraživači su nastojali da utvrde kakva su osećanja ispitanika prema kandidatima, to jest, da li određeni kandidat kod njih pobuđuje osećanje ponosa, straha, nade i sl. Prema rezultatima do kojih se došlo primenom faktorske analize, četiri faktora dolaze do izražaja kada je reč o osobinama kandidata: kompetentnost, liderstvo, poštenje i empatija ("briga o ljudima kao što sam ja").⁶¹ Sa druge strane, uobičajeni nalazi, kada je reč o pitanjima koja se odnose na emocije koje kandidat pobuđuje kod ispitanika, u prvi plan ističu dva faktora - jedan koji podrazumeva osobine koje izazivaju pozitivnu (ponos, nada) i drugi koji uključuje karakteristike koje pobuđuju negativna osećanja (ljutnja, strah) (Rahn, et al., 1993:187).

Nakon što su identifikovani ovi faktori, trebalo je ispitati kako oni utiču na biračev izbor, to jest kako se odvija proces evaluacije. I. McAllister ukazuje na trenutno preovlađujuće stanovište u socijalnoj

⁶¹ W. L. Miller i saradnici (1986) nalaze da su kompetentnost i poštenje dve najvažnije dimenzije, ali pored ovih značajne su i pouzdanost i harizma kandidata. B. Page (1978) identifikuje pet kategorija odgovora: iskustvo, mandat na isteku (*incumbency*), znanje, toplina i dopadljivost, snaga i otvorenost. Inače, u analizi uticaja imidža kandidata na izbornu ponašanje istraživani su i efekti fizičkog izgleda kandidata na izbornu odluku birača. S. W. Rosenberg i saradnici (1986) došli su do zaključka da fizička privlačnost može biti veoma značajna (Niemi, Weisberg, 1993:145).

psihologiji, na tzv. schema pristup. Prema ovoj teoriji, birači u evaluaciji političkih informacija koriste već postojeće kategorije i okvire. Polazi se od pretpostavke da pojedinci nemaju vremena niti dovoljno znanja za razumevanje sveta politike pa su im, stoga, neophodne "prečice" i pojednostavljena (Nisbett i Ros, 1980), pogotovo kada izlaze na birališta. "Svoje mišljenje o drugim ljudima pojedinci smeštaju u šire, postojeće kategorije. Ove kategorije - "prototipovi" koriste se zatim u ocenama pri ograničenoj količini informacija" (R. J. Dalton and M. P. Wattenberg, 1993:209, prema McAllister, 1996:294). Istraživanja u SAD pokazuju da se schema neznatno menja od izbora do izbora. Podaci su slični i za Britaniju i Australiju. U obema zemljama "kandidati procenjuju u skladu sa izvesnom schemom dobro definisanom u svesti javnosti" (McAllister, 1996:295).

Na početku izlaganja o uticaju imidža kandidata, odnosno partijskih lidera, na izbornu odluku birača istakli smo da rezultati nekih istraživanja pokazuju da u parlamentarnim sistemima uticaj imidža partijskih lidera postaje sve značajniji činilac biračeve izborne odluke. Najviše dokaza dolazi iz Velike Britanije. Iako su rane studije pokazale da se imidž kandidata "utapao" u imidž političke partije i to u meri da ih je gotovo nemoguće bilo "razlučiti" (Milne i Mackenzie 1954, 1958), D. Butler i D. Stokes (1974) nalaze da uticaj imidža partijskog lidera postaje sve značajniji tokom 60-ih godina, a korist imidža svog lidera imala je naročito Laburistička partija (McAllister, 1996:296).⁶²

Primenom "*candidate traits*" pristupa u istraživanju uticaja imidža lidera na izbornu ponašanje u Kanadi (S. D. Brown i saradnici, 1988), Velikoj Britaniji i Australiji (C. Bean i A. Mughan, 1989) došlo se do zaključka da je uticaj ovih faktora izborne odluke u ovim zemljama sve značajniji. C. Bean i A. Mughan su, analizirajući ponašanje na izborima u Velikoj Britaniji 1983. i Australiji 1987. godine, došli do zaključka da su M. Thatcher i B. Hawke zahvaljujući svom imidžu odlučnog lidera ostvarili izborne pobjede i to sa razlikom od 6,6% za M. Thatcher u odnosu na protivkandidata laburistu M. Foota, odno-

⁶² D. Butler i D. Stokes zaključili su da, iako su "stavovi o političkim partijama bili bolji "vodič" u izbornom ponašanju nego stavovi o liderima, evidentno je da su se u svesti javnosti lideri u dovoljnoj meri "odvojili" i ovo je imalo vidan uticaj na promene partijskog balansa, kada ovaj postaje naglašeno pozitivan ili negativan" (McAllister, 1996:296).

sno 4,3% za B. Hawka u odnosu na u odnosu na J. Howarda (Niemi, Weisberg, 1993:145).

O značaju imidža snažnog lidera govori i "paradoks"britanske premijerke M. Thatcher. Ona je dva puta pobeđivala na izborima mada su njena stanovišta bila manje popularna od stanovišta laburista, dakle, uprkos tome što u dva mandata nije uspjela da pridobije većinu mnenja za ideje slobodnog tržišta, nasuprot ideja laburista o egalitarizmu i redistribuciji nacionalnog bogatstva. Sličan je i primer R. Reagana iz 1984, kada su istraživanja pokazivala da se njegova podrška u biračkom telu zasniva na ličnim osobinama i harizmu, a ne na saglasnosti birača sa njegovim političkim stavovima (Slavujević, 2005:108, antrfile 1). Imidž odlučnog lidera M. Thatcher do izražaja je, inače, naročito došao na izborima 1983. godine nakon pobeđe u ratu za Foklandska ostrva.

M. Thatcher je primer kako lideri svojim imidžom u znatnoj meri mogu "(re)definirati" imidž svoje partije. Ostavka koju je podnela nakon što joj je uskraćena podrška uticala je na nagli skok podrške konzervativcima u samo dve nedelje novembra 1990. godine. Miller i Niemi uzimaju ovo kao jasan dokaz da je ona na izvestan način "odredila značenje svoje partije" (Miller, Niemi, 2002:179). Nema sumnje, to je još jasnije učinio T. Blair donoseći novi brend - Novi laburisti (*New Labour*) ukidanjem Klauzule 4 (Clause 4) i promenivši time istorijsku misiju laburista. Značajna podrška partiji u mnjenju vrlo brzo se osetila. Inače, britanski izbori iz 1997. godine na kojima je Blair odneo prvu pobeđu bili su, u odsustvu bilo kakvih tematskih razlika vrednih pažnje, "odlučan obračun ličnosti u američkom stilu". Za razliku od Blaira koji je zračio nadom i samopouzdanjem, tadašnji premijer J. Major delovao je nesigurno. Britanci su izgubili veru u konzervativce upetljane u korupciju i seksualne skandale. J. Major nije bio u stanju da povрати visok rejting koji je uživao nakon zalivskog rata 1991. godine, a mišljenje građana je bilo da mu nedostaje "rešenost M. Thatcher i njena sposobnost da održi partijsku disciplinu" (TIME, 28. april 1997, strana 19).

M. Scammel stavlja imidž partija i kandidata u središte objašnjenja izbornog ponašanja. Po ovoj autorki, još je G. Wallas u svom radu *Human Nature in Politics* (1910) prepoznao imidž kao jedan od najvažnijih faktora u politici. I zaključak analize izbornog ponašanja Britanaca na izborima 1983. godine A. Heatha i saradnika je da je ključni

faktor izborne odluke bio partijski imidž, to jest, "opšte viđenje partijskog karaktera" (*overall party's character*), a ne partijski *manifesto*. Ipak, politička nauka se, smatra M. Scammel, nerado miri sa činjenicom da je imidž, odnosno reputacija partija i kandidata glavni element izborne odluke. Standardni model izbornog ponašanja i dalje se oslanja na partijsku identifikaciju i teme koje se pokreću u kampanjama, a u manjoj mere na procene lidera (Scammel, 1999:729).⁶³

Gotovo je opšteprihvaćeno da su ruski izbori iz 2000. godine, po mnogima i najvažniji korak ka demokratizaciji izbornog procesa u Rusiji, možda i najbolji primer apsolutne dominacije imidža kandidata u odnosu na druge faktore izborne odluke. Prema A. L. Gross i saradnicima, u Rusiji 2000. godine "politiku više vode ličnosti nego partije". Od 12 predsedničkih kandidata 47-godišnji bivši šef obaveštajne službe V. Putin osvojio je u prvom krugu 52,9% glasova zahvaljujući, pre svega, "svom imidžu jakog, odlučnog lidera kakav je Rusiji potreban" (Gross et al., 2001:2429 i 2432). Sledili su lider komunista G. Zjuganov sa osvojenih 29,2%, G. Javlinski sa 5,8% i ultranacionalista V. Žirinovski sa 2,7% glasova. Do svog stupanja na mesto vršio ca dužnosti predsednika Rusije nakon ostavke B. Jeljcina, Putin je biračima bio gotovo potpuno nepoznat, a do pred izbore 2000. godine njegov medijski opis "kretao" se od "opasnog i autoritarnog insajdera Kremlja dovedenog na vlast bezdušnom zaverom" do "našeg (ruskog - S.A.) Džejmsa Bonda". Na Putinovu prošlost KGB agenta građani su, inače, gledali uglavnom pozitivno jer, po njihovom mišljenju, pretpostavlja sposobnost i poštenje (Gross et al., 2001:2430). Imidž odlučnog i sposobnog lidera V. Putin potvrdio je poslednjom, uspešnom invazijom na Čečeniju kao odgovor na terorističke napade čečenskih ekstremista. Solo-letom u bombarderu SU-27 u ovu rusku provinciju učvrstio je imidž snažnog vođe - zaštitnika ruskih nacionalnih interesa i ujedinitelja zemlje na ivici građanskog rata i ukazao na sopstvene prednosti u odnosu na tromog i neefikasnog prethodnika B. Jeljcina. Pitanja koja je V. Putin, poput ostalih kandidata, tretirao u

⁶³ "Politička nauka, poput Popkinovog pijanca, nastavlja da traži ne tamo gde bi izgubljeni ključevi mogli da budu, već ispod ulične svetiljke gde je najvidljivije. Imidž je osetljiva varijabla povezana u čvor sa emocionalnom privrženosti. Teže ju je modelovati nego *issue* percepcije ili partijsku identifikaciju" (Scammel, 1999:729).

predsedničkoj kampanji 2000. - jačanje države, pokretanje ekonomije i iskorenjivanje korupcije ostala su u senci njegovog imidža snažnog vođe (Gross et al., 2001:2432).⁶⁴

Birači se mogu identifikovati sa njima bliskim i harizmatičnim političarima ili "dugovečnim" vladama. U razvijenim demokratijama partije "traju" duže od ličnosti i, stoga, predstavljaju prirodnu osnovu političke identifikacije. Međutim, ima perioda kada političari "traju" duže od svojih partija ili njihovih politika (programa) kao što je slučaj bivšeg ruskog predsednika B. Jeljcina. U takvim okolnostima, birači mogu kandidate i teme koje ovi pokreću procenjivati ne na osnovu partije koja ih podržava, već pre na osnovu toga da li ih predlaže popularan lider. Bitno može biti i to da li ih predlaže vladajuća partija/partije ili opozicija (Miller, Niemi, 2002:175).

Rezultati istraživanja značaja uloge imidža kandidata i lidera u izbornom procesu upućuju nas na **dva zaključka**: (1) očito je da je **uloga pojedinaca, to jest ličnosti kandidata i lidera tokom poslednje četvrtine dvadesetog veka postala sve "vidljivija" u politi-**

⁶⁴ Na isticanju razlike u odnosu na prethodnika na položaju šefa države na američkim predsedničkim izborima 2000. godine insistirao je kandidat demokrata A. Gore, potpredsednik u Clintonovoj administraciji. Važan razlog njegovog poraza na ovim izborima je i to što se distancirao od B. Clintona i kao predsednika i kao osobe. Gorovo prihvatanje preporuke svojih savetnika izražene na konvenciji Demokratske partije rečima "stojim pred vama večeras kao "svoj čovek" po M. Nelsonu bilo je dobro i politički korisno po A. Gora, ali odbijanje Clintonovih ponuda da bude deo njegove kampanje nije. A. Gore je, po M. Nelsonu, ovim potezom propustio da ukaže na napredak za koji je, kao deo administracije bivšeg predsednika, takođe odgovoran i potkopao svoju političku prednost koja bi se najlakše mogla izraziti pitanjem upućenog biračima: "Ako je osam godina vladavine demokrata donelo mir i napredak, zašto izabrati republikanca?". A. Gore je, u nastojanju da ukaže na sopstvenu visoku moralnost, u večeri svoje oficijelne objave kandidature za predsednika pred televizijskim auditorijumom u emisiji "20/20" rekao, između ostalog, da je Clintonovo ponašanje u slučaju M. Lewinsky bilo "neoprostivo". Ovo, ipak, nije donelo očekivani pozitivan efekat, kao što ga nisu doneli ni Goreovi predlozi rešenja pitanja javne politike, a koja u toku svojih mandata B. Clinton nije rešio. G. Bush bi jedva dočekao da ga pita zašto u tom smeru nije uticao na B. Clintona dok mu je bio pomoćnik aludirajući time i na njegovu ličnu neodgovornost (Nelson, 2001:60).

ci u širem smislu, kako u SAD, tako i u drugim demokratskim zemljama i (2) da je istraživači izbornog ponašanja sve češće uzimaju za presudan faktor izborne odluke.

Uloga medija u formiranju imidža kandidata i političkih partija

Pitanje koje smo postavili na početku rasprave o imidžu kandidata i partija, kao neposrednoj determinanti izborne odluke, bilo je šta je uslovalo veću "vidljivost" kandidata i lidera i njihov snažniji uticaj na biračev izbor. Po I. McAllisteru istraživači izbornog ponašanja u objašnjenju polaze, pre svega, od uloge televizije u izbornim kampanjama u periodu nakon Drugog svetskog rata. Elektronski mediji osnažili su proces restruktuisanja političke komunikacije u svim demokratskim društvima postajući ključna institucija efikasnog širenja politički relevantnih informacija među biračima. Izmenjena uloga elektronskih medija na političkoj pozornici imala je za posledicu fokusiranje pažnje javnosti na nekolicinu partijskih lidera koji u novim, izmenjenim okolnostima postaju simboli partijskih i ideoloških sukoba. Posmatrano iz ugla medija, koncentrisanje pažnje na lidere, odnosno ličnosti, proizilazi iz praktične potrebe da se informacije prezentuju na što je moguće efikasniji način. Drugim rečima, informacije je lakše saopštiti preko pojedinca nego objašnjavajući kompleksne ideje ili apstraktne politike.

Sledeće objašnjenje uzroka usredsređenosti medija na lidere, odnosno kandidate, polazi od psihologije birača. Tvrdi se da vlast, odnosno političku moć, u širem smislu, birači radije dovode u vezu sa pojedincima nego sa institucijama. Običnom građaninu odgovornost za učinjeno lakše je pripisati pojedincu nego instituciji. Još dva faktora figurišu kao značajni za objašnjenje "uspona" političkih lidera, odnosno kandidata na izborima. Reč je o padu brojnosti partijskog članstva i o slabljenju značaja partijske i klasne lojalnosti. Opadanje broja partijskih članova, i samo u izvesnoj meri posledica jačanja uloge medija, pažnju birača preusmerilo je sa lokalnih na nacionalne kampanje i samim tim sa lokalnih na kandidate na nacionalnom nivou. Slabljenje veza birača sa značajnim društvenim grupama, to jest slabljenje partijske lojalnosti koja se formirala, između ostalog, i kao posledica pripadnosti datim grupama, ima za posledicu sve izraženiju izbornu kolebljivost, a rezultat ovog je i naglašena mobilizacijska uloga kandidata (McAllister, 1996:286-287).

Ipak, opšta saglasnost da je u posleratnom periodu narasla uloga televizije kao izvora informisanja birača u svim političkim sistemima i dokazi da je poslednjih decenija medijska pažnja više usmerena ka kandidatima nego ka problemima koji se pokreću u kampanjama (mada stepen personalizacije vlasti značajno varira od zemlje do zemlje) po I. McAllisteru ne moraju nužno da znače i povećani uticaj kandidata, odnosno lidera na izbornu odluku birača. Po ovom autoru, "teza o prezidencijalizaciji" je u velikoj meri impresionističkog karaktera (McAllister, 1996: 287-288).⁶⁵

Prema M. Scammel, uloga medija (u širem smislu, ne samo televizije) kao najznačajnijih kanala političkog komuniciranja od ključnog je značaja u formiranju imidža kandidata i političkih partija koji, inače, predstavlja "jedan od najvažnijih faktora u politici" (Scammel, 1999:729). Partije i kandidati, ukoliko žele da budu ozbiljni igrači na političkom tržištu, moraju se posvetiti kreiranju svog imidža. Što su mediji "uposleniji" u kreiranju imidža kandidata ili partija, to će i uticaj ovog faktora na izbornu odluku birača biti značajniji. Ova autorka kritikuje "frustrirajući pokušaj političke nauke da pokaže *direktne* efekte medija na izbornu ponašanje, odnosno zaključak (političke nauke - S.A.) da je uticaj medija, u najboljem slučaju, značajan, ali skroman". Ovakav nalaz bio je podsticaj za nova istraživanja direktnog uticaja medija tokom dužeg perioda i istraživanje indirektnih efekata. Međutim, istraživanja su se iznova fokusirala na tematske probleme i političke agende vesti, a posredan uticaj medija na politički ugled biva zanemaren uprkos obilju dokaza u štampi o "pokušaju da se nečiji ugled uništi klevetom" (Scammel, 1999:730).⁶⁶

⁶⁵ Podaci iz istraživanja sprovedenih u SAD pokazuju da se birači tokom predsedničkih izbora u sve većoj meri oslanjaju na televiziju kao najvažniji izvor informisanja. Godine 1959. za 51% ispitanika televizija je bila glavni izvor vesti, a 1994. tri četvrtine ispitanika navelo je ovaj medij kao glavni izvor informacija. Televizija je tokom ovog perioda postala i izvor informacija od najvećeg poverenja (McAllister, 1996:288). Prema H. A. Semetko i u modernim parlamentarnim sistemima informativni sadržaj, odnosno tzv. "*news values*" fokusirani su na ličnosti što vodi ka "većoj primetnosti partijskih lidera i njihovom potencijalno većem uticaju na biračev izbor" (Semetko, 1996:279).

⁶⁶ Na značaj uloge štampe u formiranju imidža ukazali su Just i saradnici zaključkom istraživanja prema kojem su "informacije o ličnosti i temama nerazmrsivo isprepletene u biračevim procenama američkih predsedničkih kandidata" (Scammel, 1999:730).

Poverenje birača u institucije političkog sistema kao faktor izborne odluke

Poverenje birača u institucije političkog sistema utiče na način na koji će da glasa. C. Pattie i R. Johnston ispitivali su uticaj koji na izborne odluke britanskih birača na izborima 1997. godine ima njihova procena političkog sistema Velike Britanije. Po njima, poverenje birača u vladu "imalo je nezavisan uticaj na glasanje 1997. godine, čak kada se u obzir uzmu faktori kao što su pređašnja politička privrženost i "ekonomsko glasanje" (Pattie, Johnston, 2001:217). Rezultati istraživanja Britanske studije izbora ukazuju da su pitanja standarda javnog života - poštenje političara i političkih partija uticali na katastrofalni poraz Konzervativne partije na izborima 1997. godine, nakon osamnaest godina vladavine. Ovi autori nalaze da je u slučaju Britanije reč o relativno ciničnom biračkom telu koje ne misli da političari ne deluju uvek u javnom interesu. Međutim, rezultati drugih istraživanja govore da, ipak, nije reč o duboko ukorenjenom nezadovoljstvu britanskom varijantom demokratije. Ciničnost birača mogla bi se protumačiti kao *sine qua non* zdravija sistema, uslov koji biračima ne dopušta da ih uljuljka zadovoljstvo samima sobom (Pattie, Johnston, 2001:191-222).



Rezultati istraživanja izbornog ponašanja tokom druge polovine prošloga veka pokazuju da je u deceniji u kojoj je objavljena velika izborna studija *The American Voter*, a naročito 70-ih godina, otpočelo slabljenje privrženosti američkih birača političkim partijama. Krajem 70-ih godina, kao što je prethodno navedeno, više od trećine američkih birača smatralo je sebe nezavisnima, dok je broj onih koji su se identifikovali sa Republikanskom partijom bio gotovo jednak broju nezavisnih iz 50-ih godina. Očekivanja sledbenika A. Campbella i saradnika da će se broj identifikovanih brzo "vratiti" na stari nivo, a glasanje teći po "normalnom" obrascu bila su pogrešna. Značajan broj "independista" opstajao je duže vreme, a istraživači su se okrenuli proučavanju prirode i razmera promene i, naravno, njenih posledica. Došlo se do zaključka da birači svoje izborne odluke sve češće donose na osnovu imidža kandidata i pitanja koja se pokreću u kampa-

njama, a sve ređe na osnovu privrženosti političkim partijama. M. P. Wattenberg nalazi da se glasanje više ne zasniva na onome što su autori *The American Voter* nazvali "prirodom vremena" (Niemi, Weisberg, 1993:322). Slabljenje veza sa političkim partijama zahvatilo je i evropske birače i postalo osnova za tvrdnje o propasti partija.

Drugom značajnom posledicom slabljenja privrženosti američkih birača političkim partijama u SAD smatrao se fenomen "podeljene vladavine", situacija kada različite partije kontrolišu izvršnu vlast i Kongres.⁶⁷ Tvrdnje o ovoj drugoj posledici slabljenja veza birača sa političkim partijama pokazale su se, ipak, kontradiktornima. Naime, koncept podeljene vladavine zasniva se upravo na značaju koji se pridaje partijama, dakle i njihovom opstajanju, što je u suprotnosti sa tezom o propasti partija.

Dok se istraživači izbornog ponašanja uglavnom slažu da je 60-ih i 70-ih godina prošloga veka na delu bio *dealignment* otvara se pitanje kako ovu promenu tumačiti u okvirima teorije *realignmenta*, to jest, u svetlu obnove odnosa birača i političkih partija i ponovnog dobijanja na značaju glasanja na osnovu partijske privrženosti (u skladu sa zaključcima "mičigenaca" i sledbenika njihovog mišljenja). Drugim rečima, postavlja se pitanje da li se nakon *dealignmenta* desio *realignment*, to jest da li je došlo do "približavanja" glasača partijama i, ako jeste, na kojim osnovama.

Prva prepreka ka rešenju ovog pitanja je problem definisanja *realignmenta*. Svi se slažu da je reč o trajnim promenama na relaciji birači - političke partije (čime se ponovno jačanje veza jasno razgraničava od kratkotrajnih fluktuacija), ali ostaje nejasno šta ove promene konkretno znače. Da li je reč o dugoj vladavini jedne partije? Ili je reč o transformaciji unutar koalicija, odnosno grupa koje podržavaju izvesnu partiju? Da li pod *realignmentom* može da se podrazumeva promena u odnosu prema značajnim temama koje partija tretira?

Nema sumnje da se tokom 60-ih i 70-ih u SAD došlo do naglog porasta broja "nezavisnih" birača, ali iz podataka se vidi da, u stvari, nije bilo značajnih promena u partijskoj ravnoteži. Odnos broja privrženika dvema vodećim partijama ostao je uglavnom ujednačen. R.

⁶⁷ Najčešće je Republikanska partija davala predsednika, dok su demokrate kontrolisale Kongres.

G. Niemi i H. F. Weisberg smatraju da, ako se pod *realignmentom* podrazumeva "jednosmerna promena u partijskoj kontroli vladinih agencija tako što će nova većinska partija kontrolisati sve nivoe i svoje prethodnike poslati u istoriju", kako tvrdi E. C. Ladd, onda *realignmenta* tokom 60-ih i 70-ih godina prošloga veka nije bilo. Međutim, ukoliko prihvatimo drugačiju definiciju *realignmenta* kao, na primer, promene na nivou društvenih grupa koje podržavaju određenu partiju, to jest promene unutar koalicije grupa koje datu partiju podržavaju onda bismo mogli govoriti o *realignmentu*. Tako bismo o *realignmentu* mogli govoriti i ako jedna društvena grupa prestane da podržava demokrate i okrene se republikancima, dok istovremeno neka druga grupa približne veličine učini isto u suprotnom smeru, a da pri tom nema razlike u ukupnom broju podržavalaca partija (Niemi, Weisberg, 1993:325 i 326). Prema ovom, 60-ih godina je zasigurno došlo do *realignmenta*, jer je crnačko stanovništvo Sjedinjenih Država u tom periodu ogromnom većinom na izborima počelo da glasa za demokrate. Crnci su, po nalazima R. Axleroda (1972), svoje glasove češće, u odnosu na biračko telo u celini, davali demokratama još 1952. godine, ali H. W. Stanley i R. G. Niemi nalaze da rasa nije značajno doprinosila biračevoj privrženosti demokratama sve do 1964. godine. Ovi autori, ispitujući promene unutar koalicije društvenih grupa koje su u vreme New Deala podržale Demokratsku partiju u periodu 1952-1988, nalaze da je verovatnoća identifikacije sa ovom partijom rasla samo kod crnaca, ali ne i kod Jevreja, južnjaka ili radništva. Njihovi nalazi potvrđuju rezultate istraživanja E. G. Carminesa i J. A. Stimsona (1982, 1984) da se sredinom 60-ih "desio" *realignment* zasnovan na rasnom pitanju (Stanley, Niemi, 1993:350). E. G. Carmines i J. A. Stimson inače proveravaju da li pojava nove teme tokom 60-ih narušava postojeće veze birača i političkih partija. Konkretnije, oni ispituju da li je rasno pitanje uslovilo novu podelu unutar biračkog tela menjajući time "strukturu" podrške partijama uspostavljenu u vreme New Deala. Zaključak je da je tokom 60-ih došlo do promene u američkom elektoratu. Rasno pitanje postaje dominantno i dugoročno utiče na partijsku polarizaciju (Carmines, Stimson, 1993:333-349).⁶⁸

⁶⁸ E. G. Carmines i J. A. Stimson smatraju da za analizu promena unutar jednog partijskog sistema podesniji koncept "tematske evolucije" (is-

Ako je, u skladu sa ovakvom definicijom, do *realignmenta* došlo tokom 60-ih, onda bismo mogli da zaključimo da ga je bilo i tokom 80-ih. Sudeći prema rezultatima Nacionalne studije izbora (NES), razlika u broju identifikovanih sa dvema američkim partijama tokom 80-ih znatno se smanjila - sa oko 17% pre 1984. godine na oko 10% u narednom periodu (videti tabelu). Očit je porast nivoa raširenosti identifikacije birača sa republikancima i smanjenje raširenosti identifikacije sa Demokratskom partijom. Sličan odnos zadržao se i tokom 90-ih. I podaci iz drugih istraživanja (Norpoth, 1987; Miller, 1990; Hugick, 1991b; *Public Perspective*, 1992) pokazuju da je tokom 80-ih došlo do značajnog rasta nivoa raširenosti sa Republikanskom partijom među biračima mlađe dobi. J. M. Shanks i W. E. Miller smatraju da je u ovom periodu došlo do *realignmenta* i to u dve faze: reč je prvo o "pomeranju" slabije politizovanih birača mlađe dobi ka republikancima i to između 1980. i 1984. godine, pre svega zahvaljujući Reganovom imidžu snažnog lidera, praćenom "kretanjem" starijih, politizovanih birača takođe ka Republikanskoj partiji između 1984. i 1988. godine kada su pripadnici ove grupe "sebe počeli smatrati konzervativnima" (Niemi, Weisberg, 1993:330).

R. G. Niemi i H. F. Weisberg pišu u tekstu *Dealignment and Realignment in the Current Period* da je dubina promena tokom 60-ih, po njima, bolji indikator promene na nivou sistema od promene iz 1984. godine iako se odnos broja partijskih privrženika uspostavljen 1984.

sue evolution) od konceptata kritičkog i sekularnog *realignmenta*. Po njima, promena u partijskom sistemu ne završava se kritičnim momentom. Menjanje sistema se nastavlja i tokom dužeg perioda, ali sporijim tempom. Ipak, *issue* polarizacija ne traje beskonačno. Nakon perioda "rasta" ona slabi a onda i prestaje uspostavljanjem nove partijske ravnoteže. Kritični momenat, prema ovoj teoriji dinamičnog rasta, predstavlja, dakle, samo "inicijalni šok" posle kojeg sistem nastavlja da se menja i nakon izvesnog vremena dostiže novi ekvilibrijum za razliku od teorije kritičkog *realignmenta* prema kojoj nakon kritičnog momenta sistem doživljava promenu, ali se posle kratkog vremena "vraća" u prvobitno stanje. Za razliku od ovoga, Keyov model sekularnog *realignmenta* pretpostavlja gradualnu promenu sistema tokom dužeg perioda, ali bez kritičnog trenutka - kritične teme, događaja... E. G. Carmines i J. A. Stimson stoga smatraju da je njihov model dinamičkog rasta i slabljenja (*dynamic growth and decay*) predstavlja sintezu modela kritičkog i sekularnog *realignmenta* (Carmines, Stimson, 1993:333-349).

godine nije promenio ni posle jedne decenije. Oni pretpostavljaju da je moguće da je, ukoliko identifikacija sa partijom zavisi od stanja ekonomije, kako tvrde M. B. MacKuen i saradnici, do rasta nivoa raširenosti sa republikancima došlo upravo zbog ekonomskog oporavka upozoravajući da bi privrženost ovoj partiji mogla oslabiti ukoliko bi se republikanski predsednik tokom nastupajućih 90-ih suočio sa ekonomskim problemima (Niemi, Weisberg, 1993:330). Bilo je, ipak, drugačije. Identifikacija sa republikancima rasla je i u vreme mandata Busha starijeg i posle njega - do 1994. godine kada je zabeležena najmanja razlika u broju privrženika dveju partija. Bush je prethodno za svoje ekonomske neuspehe lično platio porazom od B. Clintona na izborima 1992. godine (Norpoth, 1996:302). Međutim, od sredine Clintonovog prvog mandata, koji se poklapa sa početkom ponovnog uzleta američke ekonomije, raširenost identifikacije birača sa Demokratskom partijom počinje da raste, a sa Republikanskom partijom da opada. Zaključci M. B. MacKuea, R. S. Eriksona i J. A. Stimsona pokazali su se ispravnim. Razlika u broju privrženika dveju američkih partija i posle izbora 1996. godine, a i krajem decenije, iako povećana, znatno je manja od razlike iz vremena pre 1984. godine. Birači mlađe dobi koji su se početkom 80-ih identifikovali sa Republikanskom partijom posredstvom imidža njenog predsedničkog kandidata i u svojoj zreloj dobi, tokom 90-ih, i dalje u znatnoj meri svoje glasove daju ovoj partiji. Drugim rečima, oni glasaju u skladu sa partijskom identifikacijom formiranom na osnovu imidža predsedničkog kandidata kao kratkotrajne determinante izborne odluke. I bez obzira da li je **ova promena** dovoljno značajna i trajna da bi se smatrala *realignmentom*, ona još jednom **pokazuje da je odnos između partijske identifikacije kao dugotrajne determinante izbornog ponašanja, s jedne strane, i imidža kandidata i pitanja koja se pokreću u kampanjama kao kratkotrajnih faktora izborne odluke sa druge strane, bez sumnje drugačiji od onog kakvim su ga razumeli A. Campbell i saradnici.** "Pravac uzročnosti" iz zaključka autora *The American Voter*, prema kojem partijska identifikacija oblikuje tematske percepcije i imidž kao determinante kraćeg trajanja više očitno ne stoji u potpunosti.

Još je G. Sartori pokazao analizom odnosa ovih triju determinanti izborne odluke u knjizi *Partije i partijski sistemi* da "uzročni tok" može da ide od kratkotrajnih determinanti izborne odluke ka partijskoj iden-

tifikaciji. Na pitanje "Kako pojedinac odabire partiju?" G. Sartori odgovara "...posredstvom stranačkog imidža" (Sartori, 2002:284). Identifikacija sa partijom, po njemu, može da se utemelji na imidžu partije pored toga što "može proisticati iz problemskih stavova, čak i iz vrlo dalekih koji zadiru sve do doba i procesa socijalizacije" (Sartori, 2002:287). G. Sartori, inače, podvlači značaj uočavanja razlike između imidža partije i identifikacije sa njom. On ukazuje na zaključak Matthews a i Prothroa da su ova dva koncepta povezana i da je sasvim moguće da se ljudi identifikuju sa istom partijom, a da o njoj imaju potpuno drugačije predstave. Imidž partije nije tako stabilan kao partijska identifikacije, ali je, verovatno, trajniji od stavova birača prema problemima (Sartori, 2002:284). Brojni drugi autori su takođe svojim istraživanjima došli do zaključka o snažnom uticaju drugih neposrednih determinanti kraćeg trajanja na partijsku identifikaciju. **Partijska identifikacija, uspostavljena afektivno u vreme rane socijalizacije pojedinca, može slabiti i jačati, ali i trajno se promeniti usled uticaja imidža kandidata i partije i tema koje oni tretiraju.**

Partijska identifikacija se menja i na osnovu ukupnog političkog iskustva pojedinca. Retrospektivna procena partija i njihovih lidera, procena trenutnih partijskih aktivnosti i očekivanja, odnosno procena političkog sistema utiču na promene u partijskoj identifikaciji birača. Biračeva procena uspešnosti partije u pitanjima javne politike, bilo da je reč o ratu ili miru, (ne)zaposlenosti, inflaciji, rasnom pitanju i sl. utiču na partijsku identifikaciju. Privrženost partiji je, u izvesnoj meri, funkcija onoga što one uspešno ili manje uspešno urade. Međutim, u vidu se mora imati "povratni" uticaj partijske identifikacije, odnosno njena uloga "filtera" kroz koji birač propušta političke sadržaje, razumeva i ocenjuje politička zbivanja.

Partijska privrženost menja se i u skladu sa promenama koje zahvataju društvene grupe kojima birač pripada, ali ne samo usled ovih promena, već i usled promena preferencija samoga birača.

Partijska identifikacija birača se menja, slabi i jača pod dejstvom i neposrednih determinanti (imidž partije i lidera/kandidata, teme koje ovi tretiraju) i posrednih determinanti (sociodemografske karakteristike birača, ekonomske, psihološke determinante i sl.). Drugim rečima, birač, pojedinac ostaje "otvoren" za promene tokom čitavog života i njegova lojalnost političkoj partiji ne mora da ostane onakvom kakvom je afektivno uspostavljena

tokom rane socijalizacije. Njegova partijska identifikacija predstavlja svojevrstan "amalgam", "proizvod" dejstva prethodno pomenutih faktora koji postaje "samosvojni entitet, stiče relativnu samostalnost i stabilnost u odnosu na svaku od svojih konstituansi" (Slavujević, 2005:105). Stoga, **odnos partijske identifikacije i drugih determinanti izbornog ponašanja treba posmatrati kao odnos opšteg i posebnog, kao proces stalne razmene uticaja njenih konstitutivnih elemenata unutar nje same i sa njom kao samostalnim entitetom.**

Imajući sada u vidu kakva je "struktura" partijske identifikacije pojedinca, može se zaključiti da je opštim slabljenjem socijalnih rascepa u zapadnim društvima nakon Drugog svetskog rata došlo i do slabljenja (dugo)trajnih osnova u partijskoj identifikaciji pa sve značajniju ulogu poprimaju drugi faktori. Jasan dokaz za ovu tvrdnju su promene partijske identifikacije birača izazvane uticajem imidža partija i kandidata ili tema koje ovi tretiraju, a do kojih su došli brojni pomenuti istraživači izbornog ponašanja. Jačanjem dejstva ovih faktora partijska identifikacija postaje sve manje stabilna i postaje sve manje stabilna osnova "normalnog" glasanja. Sve značajniji za odluku pojedinca kojoj partiji ili kandidatu dati glas postali su kratkotrajni faktori izborne odluke sada, dakle, i nezavisno od svog uticaja "unutar" partijske identifikacije. Od početka 60-ih godina prošloga veka gotovo da nije bilo izbora u Sjedinjenim Državama za koje istraživači izbornog ponašanja ne bi mogli da kažu da, ako ne presudnu, onda vrlo značajnu ulogu u njima igraju izvesna tema ili kandidat jedne od partija. Situacija je vrlo slična i u drugim demokratskim zemljama. Pokazalo se da **značajna pitanja, odnosno kandidati koji ih pokreću, mogu da odrede ishod izbora, kao što "velike" teme i kandidati koji ih tretiraju mogu da utiču ne samo na odstupanje od glasanja na osnovu partijske identifikacije, već i na promene partijske identifikacije birača.**

Da drugi kratkotrajniji faktori izborne odluke mogu presudno da utiču na biračev izbor znali su i A. Campbell i saradnici i reklo bi se, na osnovu toga, da napretka u istraživanju determinanti izbornog ponašanja nije ni bilo. Po njima, međutim, birači su se vrlo brzo vraćali "normalnom" glasanju, na osnovu partijske identifikacije, što istraživači izbornog ponašanja posle njih, ipak, nisu potvrdili. Sa druge strane, glasanje na osnovu imidža kandidata koje su predstavnici Miči-

genske škole držali za iracionalno u osnovi u kasnijim istraživanjima se pokazalo kao posledica procena vrlo racionalnog birača. Konačno, učestalost kojom, prema istraživanjima, drugi kratkotrajniji faktori izborne odluke figurišu kao veoma značajni u izbornoj odluci birača navode na zaključak da je kod **autora *The American Voter* i sledbenika značaj partijske identifikacije kao neposredne determinante izborne odluke bio, u najmanju ruku, precenjen na uštrb drugih dveju neposrednih determinanti.**

U kompetitivnim i kontroverznim izborima u razvijenim demokratijama stranke i kandidati ne posežu uvek za jednakim temama. Ističu se pitanja od kojih se, po Beymeu, "očekuje propagandna učinkovitost" (Beyme, 2002:39). Partije i kandidati ukazuju na probleme za čije rešavanje sebe smatraju sposobnima i predstavu o sopstvenoj kompetentnosti nastoje da rašire među biračima. U radničkim partijama, to su socijalna pitanja, a u građanskim, privredna politika i politika vrednosti novca ili pitanja prava i poretka. Temama koje pokreću stranke i kandidati podupiru predstavu o sopstvenom kredibilitetu i kompetentnosti, ali nastoje da osnaže i predstavu o nesposobnosti svojih konkurenata. Drugim rečima, **partije figurišu kao "vlasnici" određenih tema na kojima se temelji njihov imidž, to jest u kampanjama tretiraju one teme koje odgovaraju predstavi o njihovoj kompetentnosti u biračkom telu.**

U raspravama o determinantama izbornog ponašanja moralo bi se, kako ispravno sugerišu R. G. Niemi i H. F. Weisberg (1993), pored jednostranosti Mičigenskog modela imati u vidu i nedostaci drugačijih pristupa. Drugim rečima, treba ispitati nisu li pristupi psihologa u evaluacijama kandidata, odnosno teorije racionalnog izbora u izvesnoj meri nekorektni i ne preneglašavaju li možda značaj kratkotrajnih faktora izborne odluke. Problem koji ostaje jeste određenje relativnog značaja, odnosno uticaja triju neposrednih determinanti izbornog ponašanja na izbornu odluku glasača. Krajnji statistički prikaz ovog uticaja je malo verovatan. Brojni pristupi istraživanju šta i na koji način određuje izbornu odluku birača, potvrđujući nalaze Mičigenske škole da je reč o partijskoj identifikaciji, problemima i imidžu partija i kandidata i potvrđujući da partijska identifikacija i dalje predstavlja veoma snažnu determinantu, svaki iz svog ugla doprinose boljem razumevanju različite uloge svake od neposrednih determinanti izborne odluke u različitim izborima i kod različitih birača. Odrediti koja je

od njih važnija i odrediti "veličinu" njenog značaja ostaje pitanje sa kojim će se istraživači izbornog ponašanja i dalje suočavati.

Partijska identifikacija građana Srbije u periodu 1990-2005.

Partijska identifikacija građana, to jest, razvoj njihove partijske lojalnosti predmet je, kako smo u prethodnim delovima teksta izneli, brojnih istraživanja. Međutim, većina studija izbornog ponašanja u kojima istraživači nastoje da objasne puteve formiranja i promena u partijskoj identifikaciji građana potiču iz razvijenih demokratija, to jest društava sa razvijenim partijskim sistemima. Demokratije "poslednjeg talasa", odnosno, postkomunističke zemlje Istočne i Centralne Evrope i bivšeg Sovjetskog Saveza, dakle i Srbija, predstavljaju "priliku" da se dostignuća do kojih se u istraživanju ove pojave došlo u zapadnim društvima "testiraju" (Miller, Klobucar, 2000:667), to jest, da se utvrde putevi njenog istraživanja u ovim "mladim" višepartijskim sistemima. Stoga ćemo, pre nego što se pozabavimo istraživanjem partijske identifikacije u Srbiji, pažnju posvetiti istraživanjima ovog fenomena i u drugim postkomunističkim zemljama.

Istraživanje partijske identifikacije građana u postkomunističkim zemljama

Među istraživačima izbornog ponašanja sa Zapada preovlađujuće mišljenje tokom poslednje decenije prošloga veka, odnosno prve decenije višestranačja u zemljama bivšeg komunističkog bloka, bilo je da mogu proći godine, možda čak i decenije dok se partijska identifikacija ne razvije kod birača u ovim društvima, to jest, dok privrženost partijama građana ovih zemalja ne postane po svojim karakteristikama slična partijskoj privrženosti građana u etabliranim demokratijama.⁶⁹ Građani bivših komunističkih zemalja su, generalno, prema

⁶⁹ Istraživači izbornog ponašanja sa Zapada pažnju su, početkom 90-ih, prevashodno posvećivali Rusiji, pa otuda i dolazi najveći broj podataka.

zaključcima istraživanja, antipartijskog raspoloženja, nepoverljivi i indiferentni u odnosu na političke partije (Miller, Klobucar, 2000:667). Brojni su autori koji su smatrali da je malo nade da će se skoro u Rusiji partijski sistem stabilizovati i formirati partijska identifikacija njenih građana. Ruske partije smatrane su nemoćnima, personalističkim i bez razlika, a partijski sistem u celini "u zastoju usled stalnih kriza" (Brader, Tucker, 2001:69). U radu *How Russia Votes*, S. White, R. Rose i I. McAllister iznose mišljenje da u Rusiji "više od tri četvrtine glasača nije identifikovano ni sa jednom partijom" i da "većina ljudi nisu partijci (*partisans*) u zapadnom smislu i da je većina, u znatnoj meri, antipartijski nastrojena" (Brader, Tucker, 2001:69; Miller, Klobucar, 2000:667). U "plutajućem" partijskom sistemu, kakav je ruski tokom 90-ih, "ljudi nemaju dovoljno vremena da bi postali redovni podržavaoci partija", odnosno ne mogu da razviju partijsku identifikaciju, jer se veliki broj partija "ugasi" od izbora do izbora. (Rose, et al., 2001:428).⁷⁰ A. H. Miller i T. F. Klobucar, međutim, nalaze da se partijska identifikacija u Rusiji i Ukrajini ne samo počela razvijati, nego da se većina stanovnika ovih zemalja identifikuje sa nekom od partija. U zaključku rada *The Development of Party Identification in Post-Soviet, Societies*

⁷⁰ Veza između ruskih glasača i partija za koje glasaju je, po R. Roseu i saradnicima, *ad hoc* karaktera pre nego posledica dugog procesa političke socijalizacije. Prema podacima istraživanja Novog ruskog barometra (*New Russian Barometer - NRB*) sprovedenog u januaru 2000. godine, neposredno nakon izbora za Dumu krajem decembra 1999., na pitanje "Postoji li partija koja vam je, po svojim pozicijama, bliža nego druge?" (i potpitanjem za odgovor "da" "U kojoj meri podržavate partiju koja vam je bliža od drugih?" sa ponuđenim odgovorima - "u potpunosti", "delimično" i "ne baš") 49% je odgovorilo potvrdno, a 51% negativno. Od onih koji su izjavili da neku od partija osećaju sebi bliskom 42% je reklo da je snažno privrženo, 52% da je u izvesnoj meri, a 6% da je slabo privrženo. Među ispitanicima koji su izjavili da postoji partija za koju osećaju da im je po svojim pozicijama bliža od drugih partija 55% je navelo ime(na) partije/partija koje nisu učestvovala na prethodnim izborima. Oni koji se "uklapaju" u klasični model političke socijalizacije, odnosno glasači komunističke partije predstavljaju jednu trećinu od onih koji osećaju bliskom neku od partija što je jedna šestina ukupnog biračkog tela. Drugim rečima, pitanje o privrženosti partiji ili partijskoj identifikaciji je tautološki ekvivalent pitanja o izbornom ponašanju" (Rose, et al., 2001:428-429).

oni pišu da se kod građana bivših sovjetskih zemalja osećanje partijske privrženosti ubrzano razvija i da su, u isto vreme, njihove ocene partijskog delovanja u širem smislu negativne. Takođe, način na koji birači vide međupartijske razlike veoma je sličan načinu na koji to čine partijski aktivisti. Razlike među partijama su, po ovim autorima, zasnovane, između ostalog, na njihovim različitim politikama/programima a ne isključivo na dopadljivosti partijskih lidera. Dokazi do kojih su došli u svojim istraživanjima navode A. H. Millera i T. F. Klobucara na zaključak da za formiranje partijske privrženosti među biračima nije neophodan dug vremenski period (Miller, Klobucar, 2000:667-685).

T. Brader i J. A. Tucker takođe se bave problemom formiranja partijske identifikacije birača u "mladim" demokratijama. Ovi autori polaze od tri očekivanja u vezi sa uspostavljanjem partijske identifikacije: (1) privrženost partiji razvija se u skladu sa kumulativnim efektima političkog iskustva, (2) što je partijska identifikacija snažnija izvesnije je da će biračeva gledišta (*views*) poprimati partijski ton i (3) da je partijska privrženost u osnovi racionalna. U skladu sa ovim, oni analiziraju podatke panel istraživanja sprovedenih tokom tri izborne godine u Rusiji - 1993, 1995. i 1996. nastojeći da utvrde "ranu privrženost" ruskih birača političkim partijama i dolaze do zaključka da je partijska privrženost "vidljiva među značajnom većinom ruskih birača". Veliki broj birača koji su ostali privrženi jednoj od partija tokom perioda istraživanja pokazuju dodatne znake partijstva kroz svoje procene kompetentnosti partija i kandidata, odnosno izražavanjem poverenja u njih. Drugim rečima, birači ostaju lojalni onim partijama čije delovanje odgovara njihovim interesima i uverenjima. Konačno, ovi autori izražavaju sumnju u podesnost primene klasičnog pristupa merenju partijske identifikacije u Rusiji i smatraju da su glasanje na izborima i stavovi birača prema političkim partijama i njihovim kandidatima bolji indikatori partijske identifikacije nego tradicionalno pitanje samoodređenja (Brader, Tucker, 2001:69-83). T. Brader i J. A. Tucker pišu da u "novim" demokratijama generalno, pa i u Rusiji, ne treba očekivati da će veliki broj ljudi pozitivno odgovoriti na pitanje da li se identifikuju sa nekom od partija. Zbog toga su, prema njima, S. White i saradnici 1997. godine dobili nizak nivo raširenosti partijske identifikacije u Rusiji. Oni navode da su neki istraživači postavljali alternativna pitanja, kao što je pitanje da li građani misle da postoji partija koja

reprezentuje njihove interese. Ovo pitanje čini se, po T. Braderu i J. A. Tuckeru, "a priori prihvatljivom adaptacijom na kontekst" i koristili su ga Miller i saradnici (Brader, Tucker, 2001:75). T. Brader i J. A. Tucker nalaze veću raširenost partijske identifikacije - 20% 1992. godine, 52% 1995. i 61% u 1997. godini.

Istraživanje T. Coltona u kojem je korišćeno slično pitanje dalo je gotovo identične rezultate. T. Brader i J. A. Tucker poredili su rezultate dobijene merenjem partijske identifikacije na način kako su to činili A. H. Miller i saradnici - tzv. pitanjem interesa i rezultate dobijene sopstvenim načinom - merenjem stabilnosti u glasanju i došli do zaključka da merenje partijske identifikacije korišćenjem prvog pitanja ne "hvata" partijsku identifikaciju u tradicionalnom smislu" (Brader, Tucker, 2001:82-83).

Izvestan broj istraživača izbornog ponašanja u "mladim" demokratijama nalazi da je nedovoljno razvijena partijska identifikacija birača u ovim zemljama jedan od uzroka visoke izborne kolebljivosti. Po S. Antoniću, nove demokratije podrazumevaju i mlade stranke, a to znači, kako su zaključili i R. Rose i saradnici, nedovoljno vremena da se birači ozbiljnije vežu za političke partije. On ukazuje na nalaze R. Rosea i D. W. Urwina prema kojima zapadnoevropske partije osnovane pre 1914. godine imaju postojanije glasače nego one osnovane između 1914. i 1939. godine. Ove druge imale su veću postojanost od partija osnovanih nakon Drugog svetskog rata. Do istog zaključka došao je i A. Drummond. M Torcal i S. Mainwaring pokazali su da što manje birača ima svoju partiju to je veća izborna kolebljivost. Na jednoj strani nalazi se Velika Britanija u kojoj manje od jedne petine birača nema "svoju" partiju, pa izborna promenljivost iznosi svega 5%. Slično je i u Nemačkoj (20%-13%), Švedskoj (22%-16%), Norveškoj (10%-16%). Međutim, tamo gde je veći broj birača bez "svoje" partije poput Venecuele (59%), Perua (37%), Argentine (34%) izborna promenljivost je znatno viša (Venecuela 42%, Peru 55%, Argentina 25%), tvrdi Antonić (2006:236-238).

Istraživanje partijske identifikacije u Srbiji: elementi, odnosno indikatori partijske identifikacije

U ovom delu rada pokušaćemo da odgovorimo na pitanje može li se petnaest godina nakon prvih višestranačkih izbora održanih u Srbi-

ji govoriti o **trajnoj vezanosti pojedinca za političku partiju**, onako kako su partijsku identifikaciju definisali autori Mičigenske škole.

Istraživanja partijske identifikacije u Srbiji koja su, inače, otpočela uspostavljanjem višestranačja, odnosno s prvim postkomunističkim izborima obeležena su gotovo identičnim problemima s kojima se suočavaju istraživači ovog fenomena i u drugim "mladim" demokratijama. Osnovni problem je kakav pristup primeniti u empirijskim istraživanjima - da li poći od partijske identifikacije kao psihološkog fenomena, to jest "registrovati" je pomoću pitanja u kojima se ispitanik sam određuje kao pristalica određene partije ili primeniti bihejvioristički pristup, to jest utvrđivati partijsku identifikaciju ispitanika na osnovu njegovih ranijih izbornih odluka, ili kombinovati ova dva pristupa. Potrebno je, dakle, postaviti adekvatan teorijski pristup u istraživanju ovog fenomena u društvenom, odnosno političkom kontekstu, drugačijem od onog odakle sam koncept potiče i u kojem je istraživan i dosledno ga operacionalizovati koristeći dovoljno diskriminativan indikator. Budući da je reč o kompleksnoj pojavi, u interpretaciji nalaza dosadašnjih istraživanja ukazaćemo na elemente partijske identifikacije - njenu raširenost, intenzitet i stabilnost, kao i na promene ovih elemenata.

U istraživanju partijske identifikacije kao indikatori ove pojave koriste se, pored već navedenih, i *članstvo u političkim partijama i ispunjavanje članskih obaveza ili određenog aktiviteta; simpatisanje određene partije i glasanje za kandidate određene stranke, prinudni izbor, odnosno izbor sa liste najvažnijih partija, "najbliža" partija, mogućnost da se ikada glasa za neku od partija* (Slavujević, 2002:196) pa su razlike u rezultatima merenja značajne u zavisnosti od korišćenih indikatora.

U pregledu istraživanja partijske identifikacije od uspostavljanja višestranačja, S. Antić ukazuje na problem u primeni klasične teorijske paradigme u Srbiji, to jest, na prethodno pomenuti problem iznalaženja dovoljno diskriminativnog indikatora ove pojave. On polazi od nalaza S. Mihailovića koji je, po njemu, kao pionir istraživanja ove pojave u nas ukazao na ogroman značaj stranačke (partijske) identifikacije kao "najizrazitijeg prediktora izborne odluke" (Antić, 2006:163). Odredivši partijsku identifikaciju kao jednu od tri "neposredne odrednice izbornog ponašanja", a uzevši članstvo u partiji, simpatisanje određene partije, glasanje za kandidate partije za njene

indikatore S. Mihailoviću je, kako ispravno zaključuje S. Antičić, pretilo da zapadne u *circulus vitiosus*, jer ona se ne može uzeti za prediktor izbora ako se meri glasanjem na izborima. Stoga će S. Mihailović prestati da u partijsku identifikaciju ubraja glasanje i svodi ga na članstvo i simpatizerstvo postavljajući u sondažama dva pitanja: "Da li ste član neke političke stranke?" i "Da li ste simpatizer neke političke stranke?". Zbrajajući odgovore na ova dva pitanja on dobija raširenost partijske identifikacije u Srbiji (Antičić, 2006:164). Međutim, tek u ovom trenutku za S. Mihailovića nastaju problemi, kako zaključuje i S. Antičić, jer ni članstva niti simpatizerstva nema u originalnoj predstavi o partijskoj identifikaciji. S jedne strane, članstva uopšte nema u američkim partijama u našem, odnosno evropskom smislu. Sa druge strane, što je veći problem, simpatiziranjem se aludira na trenutne biračeve preferencije, a ne na dugotrajnu vezanost za političku partiju kakvom su partijsku identifikaciju videli A. Campbell i saradnici. Uzevši partijsko članstvo i simpatizerstvo za indikatore partijske identifikacije, S. Mihailović ubrzo uviđa kako se veliki broj ispitanika od izbora do izbora identifikuje sa različitim partijama pa donosi zaključak da je u Srbiji relativno mali broj građana kod kojih je razvijena snažnija i trajnija partijska identifikacija i pita se "koliko je opravdano govoriti o obimu stranačke identifikacije ukoliko je ona, moguće, izrazito nestabilna" (Mihailović, 1996a:303). Zaključak S. Antičića je da iako S. Mihailović u gotovo svakom svom radu pominje partijsku identifikaciju, on je ne koristi kao "objašnjavačko oruđe" (Antičić, 2006:166).

Određenjem partijske identifikacije koje, po nama, predstavlja najbolju sintezu elemenata dosadašnjih određenja ove pojave, Z. Slavujević pokušava da operacionalizuje pojam i "dovede" ga do indikatora koji će se koristiti u javnomnenskim istraživanjima. Z. Slavujević partijsku identifikaciju određuje kao *osećanje privrženosti određenoj političkoj partiji, kao prihvatanje od strane birača njenih ideoloških i političkih stavova, oblika političkog delovanja i lidera, uključivanje u njene aktivnosti i glasanje za njene kandidate, a time i kao uspostavljanje jasne distance prema drugim političkim partijama* (Slavujević, 2005:105; 2002:195). On ukazuje na nedostatke korišćenja nekih drugih indikatora u utvrđivanju partijske identifikacije. Tako ukazuje na činjenicu da se članstvo u političkim partijama retko koristi kao indikator partijske identifikacije jer članovi partija čine tek nekoliko pro-

cenata biračkog tela u mnogim državama i pokazuje uz univerzalnu tendenciju smanjivanja njihovog broja.⁷¹ Takođe, bliskost određenoj partiji koja se, kako smo u ranijim delovima teksta navodili, često koristi kao indikator partijske identifikacije, po Z. Slavujeviću, "hvata" slabiji intenzitet afiniteta prema partiji nego što podrazumeva partijska identifikacija, premda ukazuje na deo biračkog tela kod kojeg se, pod određenim uslovima, može razviti identifikacija sa određenom partijom. Razlika između raširenosti partijske identifikacije merene osećanjem "bliskosti" sa nekom partijom i izbornim opredeljenjem može se pripisati **"različitom intenzitetu afiniteta prema partijama"** koje se "hvataju" jednim ili drugim pitanjem. Zbog toga čini se da pitanje o "bliskosti" pojedinim partijama, ma koliko moglo da bude korisno za prognostičku funkciju sondaža (predviđanje rezultata izbora) i marketinšku funkciju (definisanje ciljnih grupa kampanje i dr.) nije pogodno kao indikator partijske identifikacije" (Slavujević, 2002:196). Konačno, građani mogu osećaju "bliskim" više partija ali i da glasaju samo za jednu, pa se, stoga, po Z. Slavujeviću, izborna orijentacija, odnosno namera ispitanika da glasa za određenu partiju može smatrati izoštrenijim indikatorom partijske identifikacije (Slavujević, 2002:197).

Prethodno pomenuti T. Brader i J. A. Tucker takođe su mišljenja da je namera birača, iskazana u toku kampanje, da na izborima glasa za određenu partiju najizoštreniji indikator partijske identifikacije kada je reč o postkomunističkim višepartijskim sistemima (Brader, Tucker, 2001:78). Ali, za razliku od njih, Z. Slavujević smatra da iskazivanje izborne orijentacije pred same izbore nije najpouzdaniji indikator ove pojave zbog uticaja faktora kraćeg trajanja na izbornu odluku birača, pa kao indikator partijske identifikacije uzima **izbornu orijentaciju u međuizbornim periodima** (Slavujević, 2002:199).

J. Milošević je treći istraživač koji se u Srbiji, tokom devedesetih, "ozbiljnije pozabavio stranačkim poistovećenjem", smatra S. Antičić

⁷¹ Prema podacima P. Mair i I. van Biezen, u članstvu političkih stranaka krajem devedesetih godina bilo je u Poljskoj 1% ukupnog broja birača, U Francuskoj, Velikoj Britaniji i Mađarskoj 2%, Španiji, Irskoj, Nemačkoj i Holandiji 3%, Slovačkoj, Italiji, Portugalu i Češkoj Republici 4%, Danskoj 5%, Švedskoj i Švajcarskoj 6%, Norveškoj, Grčkoj i Belgiji 7%, Finskoj 10% i Austriji 18% (Slavujević, 2002:222, fusnota 2).

(2006:171). Miloševićeva, po tumačenju S. Antonića, podseća da su autori Mičigenske škole identifikaciju razumevali kao psihološku varijablu koja je nezavisna od članstva, kao i od glasanja za datu partiju na izborima. Stoga, ona kritikuje nedoslednost srpskih sociologa koji, nakon što verno prenesu određenje partijske identifikacije, operacionalizuju je kao bihejvioralnu. Drugim rečima, ako partijsku identifikaciju odredite preko (samo)osećanja onda je, po Miloševićevoj, ne možete istraživati posmatranjem ponašanja ispitanika, već jedino preko izveštaja samog ispitanika o tim osećanjima. Otuda ova autorka partijsku identifikaciju određuje kao "osećanje simpatije ili nesimpatije, emotivne vezanosti ili odbojnosti prema nekoj stranci i njenom lideru tokom dužeg vremenskog perioda" (Antonić, 2006:171). Miloševićeva je, po S. Antoniću, svesna da se kontradiktornim može učiniti postojanje "negativne partijske identifikacije". Ona, međutim, smatra da će partijska identifikacija biti bolje shvaćena "ukoliko ovaj pojam labavije *shvatimo* kao zasićen negativnim ili pozitivnim emocijama" (Milošević, 1997:137). Ovako shvaćena partijska identifikacija, po Miloševićevoj, dobro funkcioniše u istraživačkom smislu, a dokaz za ovo je što postoji veliko slaganje između nje i glasanja. "Negativno identifikovani sa nekom političkom strankom za tu stranku ne bi glasali" (Milošević, 1997:145), a "ukoliko je osoba identifikovana sa strankom i emotivno investirana, za nju će glasati na izborima" (Milošević, 1997:142). Ova autorka nalazi da je visok stepen u kojem "partijska identifikacija može tačno da identifikuje izbornu opredeljenje (86,10%)" i zaključuje da u Srbiji stranačka identifikacija kao psihološka varijabla u velikoj meri određuje izbornu opredeljenje birača (Milošević, 1997:149).

Ono o čemu J. Milošević piše kada koristi termin "partijska identifikacija", kako ispravno zaključuje S. Antonić, jeste zapravo dopadanje ili nedopadanje određene partije biraču. Dopadanje, odnosno nedopadanje, svakako nije dovoljno diskriminativan pokazatelj identifikovanosti birača sa određenom političkom partijom. Sve se svodi na zapažanje Z. Slavujevića da se biraču može dopadati više političkih partija, to jest da se oseća bliskim, da daje finansijske priloge, ali da će da glasa samo za jednu. Po našem mišljenju, biračeva izjava o nameri da će da glasa za određenu partiju ubedljivo je najizostreniji indikator partijske identifikacije u višepartijskom sistemu kakav je srpski. Korišćenjem ovog pokazatelja partijske identifikacije ne odstupa

se od Mičigenskog modela kako to tvrdi Miloševićeva. Ovde, ipak, nije reč o "nedoslednosti srpskih sociologa", već o previđanju ove autorke da izražavanje namere da će da se glasa nije isto što i samo glasanje. To što neko izrazi nameru da će da glasa za određenu partiju ne mora da znači da će za nju i da glasa. Dakle, namera ostaje psihološka varijabla i nije bihejvioralna. Uostalom, i prema autorima Mičigenske škole, izvorni koncept partijske identifikacije može biti interpretiran kao drugi način ili nivo iskazivanja izborne orijentacije birača (Slavujević, 2002:222, fusnota 3).

Promene raširenosti partijske identifikacije u Srbiji

Sudeći prema izornoj orijentaciji, pred izbore 1990. i 1992. godine broj partijski identifikovanih je visok i iznosi oko 70% punoletnih građana (Videti grafikon 3 - *Promene raširenosti partijske identifikacije u Srbiji*, strana 121) da bi od novembra 1993. godine do sredine 1996. godine došlo do značajnog smanjenja njihovog broja - između 40% i 48%.⁷² Obim partijske identifikacije će porasti krajem 1996. godine, kada su održani savezni i lokalni izbori, a na širenje partijske identifikacije utiće i masovne demonstracije zbog izborne krađe 1996/97. godine. Sledi opadanje broja partijski identifikovanih uprkos predsedničkim i parlamentarnim izborima 1997. godine. Raširenost partijske identifikacije će sredinom sledeće, 1998. godine, dostići svoj najniži nivo i iznositi svega 31% od ukupnog broja birača. Z. Slavujević ovako nizak nivo partijske identifikacije objašnjava porastom nezadovoljstva građana partijama na vlasti (SPS, JUL, ND), odnosno nezadovoljstvom građana razjedinjenom i nemoćnom opozicijom (raspad koalicije "Zajedno"), kampanjom većeg broja opozicionih partija za bojkot republičkih, predsedničkih i parlamentarnih izbora 1997. godine, kao i nezadovoljstvom rezultatima tih izbora (Slavujević, 2002:197). Ujedinjenje opozicije sredinom 2000. godine i isticanje zajedničkog kandidata za predsednika SRJ dovelo je do značajnog porasta nivoa raširenosti partijske identifikacije među birači-

⁷² U radu koristimo podatke javnomnjenjskih istraživanja Centra za političku istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka iz Beograda, osim podatka za septembar 2006, koji je preuzet iz istraživanja CESID-a.

ma u Srbiji. Sukobi dve najveće partije u pobedničkoj koaliciji koji će uslediti održavaće visok nivo politizacije građana u 2001, a i tokom 2002. godine, i nivo partijske identifikacije kretaće se između dve trećine i tri četvrtine biračkog tela. U drugoj polovini 2002. godine otpočinje serija predsedničkih, odnosno parlamentarnih izbora što će, uz značajne događaje poput ubistva premijera, održavati visok nivo raširenosti partijske identifikacije (nešto iznad 70% birača) sve do završetka poslednjih predsedničkih izbora, to jest izbora B. Tadića za predsednika Srbije sredinom 2004. godine. Posle tih izbora uslediće značajniji pad raširenosti partijske identifikacije, pa će se, krajem 2004. godine, sa političkim partijama u Srbiji identifikovati 57% punoletnih građana. Lagani pad nastaviće se tokom neizborne 2005. godine kada broj partijski identifikovanih iznosi nešto više od polovine biračkog tela (54%). Visok nivo izborno orijentisanih tokom perioda 2002-2004. dakle u izbornim periodima, posledica je dejstva situacionih činilaca (što potvrđuje i nagli pad nivoa raširenosti partijske identifikacije od kraja 2004. godine), što još jednom govori da je **izborna orijentacija u međuizbornom periodu najizoštreniji indikator partijske identifikacije**. Inače, prema podacima za međuizborne periode tokom prošle decenije, to jest, za maj 1993, oktobar 1994, novembar 1995, maj 1996. kao i za februar 2000. godine, broj partijski identifikovanih iznosi manje od polovine biračkog tela. Tokom 2001. i 2002. godine ovaj nivo je, usled sukoba Z. Đinđića i V. Koštunice i visokog nivoa politizacije birača, znatno viši i kreće se između dve trećine i tri četvrtine, da bi, sredinom 2004. godine, nivo identifikovanosti birača sa političkim partijama u Srbiji počeo da opada, pa je u decembru iste godine iznosio 57%, a godinu dana kasnije 54%. Pad raširenosti partijske identifikacije krajem 2004. i tokom 2005. godine mogao bi se, po našem mišljenju, pored toga što je reč o postizbornom periodu i izostajanju uticaja izbornih kampanja u prethodnom kratkom periodu, objasniti i generalno raširenim nezadovoljstvom građana političkim partijama.

U analizi raširenosti partijske identifikacije u Srbiji tokom perioda 1990-2001, Z. Slavujević ukazuje na velike oscilacije raširenosti partijske identifikacije - između ekstremnih tačaka, to jest najvišeg nivoa iz avgusta 2001. i najnižeg nivoa 1998. godine raspon iznosi 46% od ukupnog broja birača. Na smanjivanje raširenosti partijske identifikacije po njemu su uticali "proces permanentne delegitimizacije pret-

hodnog režima i tadašnjih stranaka na vlasti, ali i konstantno veoma rašireno nepoverenje prema usitnjenim i sukobljenim opozicionim partijama". Sa druge strane, na naglo širenje partijske identifikacije u pojedinim periodima uticalo je povremeno radikalno zaoštavanje političke situacije koje su izazivali događaji u okruženju (pogoršavanje položaja Srba van Srbije, ratovi na prostoru bivše Jugoslavije, pogoršanje odnosa sa međunarodnom zajednicom), povremene akcije opozicionih partija (demonstracije marta 1991. godine, Vidovdanski sabor 1992, masovni protesti 1996. i početkom 1997. godine...), kao i povremeni pokušaji opozicionih partija da se ujedine. Razlog oscilacija treba tražiti i u izbornim kampanjama (Slavujević, 2002:198).

Z. Slavujević uočava značajne *sinergijske efekte* formiranja pojedinih izbornih koalicija. Tako je za koaliciju Zajedno (SPO, DS, GSS i dr.) bilo spremno da glasa tri puta više birača nego za njene pojedinačno uzete članice. Slične efekte imala je i koalicija Savez za promene februara 2000, a naročito DOS pred septembarske izbore 2000. godine. "Sinergijski efekti ukazuju na **obim izborne podrške koja se ne temelji na partijskoj identifikaciji sa pojedinačnim članicama koalicije, već na opredeljenju za koaliciju u celini**" (Slavujević, 2002:199). Kada je reč o ideološki i programski heterogenim koalicijama, formiranim oko minimalnih političkih ciljeva (kao što je bio slučaj DOS-a 2000. godine) sa njima nije moguće razviti potpuniju identifikaciju, pa nalazi o izbornoj podršci koalicijama u celini ne mogu biti uzeti kao indikator partijske identifikacije. Međutim, iz izborne odluke da se glasa za određenu koaliciju može se razviti partijska identifikacija sa nekom od njenih članica, što potvrđuje primer DOS-a, jer je većina pristalica ove koalicije posle septembarskih izbora 2000. godine iskazivala identifikaciju sa DSS-om. Treća Slavujevićeva konstatacija u analizi raširenosti partijske identifikacije u Srbiji tokom 90-ih i na samom početku nove decenije jeste da "kada se izuzmu "vršne" tačke (pred izbore 1992, 1996/97. i 2000. godine) od 1993. do 1996. godine ne uočava se tendencija blagog smanjivanja raširenosti partijske identifikacije" što je po njemu slično tendencijama uočenim na Zapadu, ali i u zemljama u tranziciji (Slavujević, 2002:199 i 223, fusnota 7).

Tokom prve **polovine ove decenije nivo raširenosti partijske identifikacije je u proseku viši nego tokom poslednjih 10 godina, a oscilacije znatno manje** (između najvišeg nivoa iz avgusta 2001. i

najnižeg iz decembra 2005. raspon je dvostruko manji nego u periodu 1990-2001. - 23%). Prema podacima za neizborne periode, tokom 2001. i 2002. godine, kao i krajem 2004. i krajem 2005. godine, nivo raširenosti partijske identifikacije je viši nego u neizbornim periodima tokom 90-ih i iznosio je oko dve trećine od ukupnog broja birača.

Promene intenziteta partijske identifikacije u Srbiji

Značaj određivanja intenziteta partijske identifikacije je u tome što se snažnije identifikovani doslednije propartijski ponašaju u svom političkom angažmanu, naročito kada je reč o glasanju. Intenzitet partijske identifikacije kod nas utvrđuje se, najpre, na osnovu toga da li je birač član ili simpatizer određene partije. Članstvo podrazumeva veći intenzitet partijske identifikacije već po tome što član pristaje na ispunjavanje članskih obaveza, što nije slučaj sa simpatizerom. Međutim, i pored toga formalno članstvo ne mora da znači i snažniju identifikaciju pa se za utvrđivanje intenziteta partijske identifikacije češće koriste pitanja vezana za izbornu orijentaciju. Posle standardnog pitanja: "Za koju partiju ćete glasati?" (takozvani "prvi izbor") sledi pitanje: "Da li (ipak) postoji (još) neka stranka koja Vam je bliska, za koju biste možda glasali? Koja?" (takozvani "drugi izbor"). Ukrštanje odgovora na ova dva pitanja ukazuje na jačinu partijske identifikacije na osnovu **isključivosti izbora**: birači koji su u prvom izboru odlučili za koga će da glasaju, i nemaju drugi izbor, smatraju se snažnije identifikovanim od birača koji imaju i drugi izbor, odnosno "rezervnu" partiju. Oni koji su neodlučni u prvom krugu mogu da iskažu preferencije u drugom izboru što ukazuje na moguće začetke identifikacije sa određenom partijom. Kombinujući prvi i drugi izbor, Z. Slavujević vrši segmentaciju biračkog tela Srbije prema intenzitetu partijske identifikacije u pet kategorija: 1) *birači sa jakom identifikacijom* (koji izbornu odluku vezuju samo za jednu partiju i nemaju "rezervnu" partiju za koju bi mogli da glasaju), 2) *birači sa slabijom identifikacijom* (koji su opredeljeni za jednu partiju, ali imaju i drugi izbor - mogli bi da glasaju i za drugu partiju), 3) *birači sa potencijalnom partijskom identifikacijom* (oni koji ne znaju za koga će da glasaju ili najavljuju apstinenciju, ali imaju i drugi izbor - ipak bi mogli da glasaju za određenu partiju), 4) *neodlučni* (i u prvom i u drugom izboru) i 5) *apolitični* (apstinenti u prvom izboru koji nemaju

drugi izbor) (Slavujević, 2002:200) (Videti grafikon 4 - *Promene intenziteta partijske identifikacije u Srbiji*, strana 121).

S. Antonić je mišljenja da ovakav način utvrđivanja intenziteta partijske identifikacije u istraživačkom smislu ne mora da predstavlja "preveliku grešku", ali da može u teorijskom smislu. On piše da, za razliku od Slavujevića, autori Mičigenske škole nisu isključivali mogućnost da snažno identifikovani birač ipak ne glasa za "svoju" stranku na izborima. "Kod Slavujevića, međutim, jaki poistovećenici, po samom određenju, u 100% slučajeva glasaju za svoju stranku" (Antonić, 2006:171). S. Antonić, na žalost, pravi istu grešku koju pravi i J. Milošević ne razlikujući izražavanje namere da se glasa samo za svoju stranku od samog glasanja. Zašto bi i svih 100% koji bi iskazali nameru da glasaju za svoju partiju na izborima i glasali za nju? Zar nije moguće da neki od njih promene izbornu nameru pod uticajem izborne ponude ili kampanje? Ne mogu li da reše da glasaju za drugu stranku sa kojom nisu identifikovani kao sa "svojom" strankom ukoliko je "njihova" partija bez realnih šansi da preskoči izborni cenzus, a oni neće da uzalud "bace" svoj glas? Zar ne mogu da glasaju za drugu stranku, koja im uopšte nije bliska, ali žele da spreče pobedu treće, za njih potpuno neprihvatljive partije? Zar ne mogu da apstiniraju očekujući sigurnu pobedu svoje stranke ili suočavajući se sa njenim beznadežnim šansama da preskoči izborni cenzus? Tako se prigorov J. Milošević o "nedoslednosti srpskih sociologa" (koji partijsku identifikaciju određuju kao psihološku, a operacionalizuju kao bihejvioralnu varijablu) koji podržava i S. Antonić, vraća njima samima u vidu prigovora da ne razlikuju psihološke od bihejvioralnih varijabli.

Sudeći prema izornoj orijentaciji, **jake pristalice**, tokom 1992. godine, čine dve trećine biračkog tela (period snažne konfrontacije dva politička bloka - S. Milošević i SPS vs. Milan Panić i opoziciona koalicija DEPOS), ali njihovo učešće već 1993. godine pada na jednu četvrtinu biračkog tela. Do 2001. godine, uz izvesne oscilacije, broj jakih pristalica ostaje na nivou od četvrtine do petine birača. Tokom 2001, broj jakih pristalica se ustalio na jednu trećinu od ukupnog broja birača, da bi usledio pad tokom 2002. (četvrtina birača) i 2003. kada je nivo jakih stranačkih pristalica bio na najnižem nivou od 1992. godine i identičan nivou iz 1998. godine (16%). U 2004. godini, broj jakih pristalica je na nivou od jedne petine ukupnog biračkog tela. **Slabo identifikovanih birača** tokom 1992. godine bilo je manje od

jedne desetine od ukupnog broja birača da bi kasnije, tokom 90-ih, njihovo učešće variralo od 13% do 19%. U vreme snažnih međupartijskih transfera, od početka 2000. do kraja 2001. godine, broj slabo identifikovanih birača porastao je na gotovo polovinu biračkog tela i bilo ih je gotovo dva puta više od jakih pristalica. Identičan trend održao se do kraja 2003. godine i u tom trenutku slabo identifikovanih bilo je tri puta više od jakih pristalica partija. Krajem 2004. godine slabih pristalica partija bilo je nešto više od trećine od ukupnog broja birača. Nivo **potencijalno partijski identifikovanih** varirao je tokom 90-ih između 7% i 24%. Početkom 2001. godine, broj potencijalnih pristalica partija pao je na neznatnih 5% da bi usledio lagani rast tako da je njihov broj krajem 2004. godine iznosio oko 10% birača. Broj **neodlučnih birača** sredinom 90-ih iznosio je čak nešto manje od polovine biračkog tela, ali "njihov broj varira u zavisnosti od snage "ukrštenih pritisaka" kojima je izloženo biračko telo, odnosno od stepena konfuzije na partijskoj sceni Srbije". Ovaj "kontingent" značajno je smanjen 2001. godine, ali se u naredne tri godine udvostručio i krajem 2004. godine iznosi četvrtinu ukupnog broja birača u Srbiji. Broj **apolitičnih** kreće se između 6% 2002. godine i 22% u 1998. godini, ali se uglavnom održava na nivou od desetine biračkog tela (Slavujević, 2002:200).

Početak 90-ih, došlo je do velikog pada intenziteta partijske identifikacije, a blaži pad nastavljen je do 1998. godine što je, po Z. Slavujeviću, posledica sve većeg razočarenja građana u političke partije. Početak sledeće decenije donosi povećanje raširenosti partijske identifikacije, ali ne i intenziteta. Broj jakih pristalica ne povećava se u značajnijoj meri i znatno ih je manje nego slabih.

Stabilnost partijske identifikacije u Srbiji

Stabilna partijska identifikacija znači manji transfer izbornih pristalica od jedne ka drugim partijama. Sa druge strane, stepenom nestabilnosti partijske identifikacije iskazuje se obim i smer međupartijskog transfera izbornih pristalica (ali ne i obim transfera izbornih pristalica pojedinačnih partija u neopredeljene i apstinente što iskazuju promene raširenosti partijske identifikacije). Stabilnost partijske identifikacije istražuje se, uglavnom, direktnim pitanjima ("Koliko dugo ste vezani za partiju čiji ste sada pristalica?" ili "Da li ste ranije bili prista-

lica druge partije?") ili ukrštanjem ranijih izbornih odluka sa aktuelnom izbornom odlukom (ukrštanjem odgovora na pitanja: "Za koju partiju ste glasali na prethodnim izborima?" i "Za koju stranku ćete glasati?").

Prema podacima Centra za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka, kada se uporede odluke iz 1992. godine sa izbornom orijentacijom pred izbore 1993, 35% birača imalo je nameru da glasa za istu partiju, a 7% da promeni stranku (uz 58% neodlučnih i apstinenata). Ukrštanje odgovora na pitanje za koga su glasali 1993. sa odgovorima za koga bi glasali 1995. dalo je rezultat, po kojem, stabilni birači čine 40% biračkog tela, a konvertita je 6%. Ukrštanjem odgovora za koga su glasali 1993. sa odgovorima za koga bi glasali 1996. godine, dobija se rezultat po kojem je 32% stabilnih birača, a "konvertita" je oko 8% (uz 60% neodlučnih i apstinenata).⁷³ (Videti grafikon 5 - *Stabilnost partijske identifikacije u Srbiji, 1993-1996*, strana 122). Prema ovim podacima, tokom 90-ih, partijska identifikacija biračkog tela u Srbiji bila je stabilna, to jest obim međupartijskog transfera bio je mali. Međutim, Z. Slavujević upozorava da ove podatke treba posmatrati povezano sa podacima o oscilacijama raširenosti partijske identifikacije, jer ovi drugi iskazuju drugi smer transfera - od partijskih pristalica ka neopredeljenima i apstinentima (i obrnuto). On pokazuje da je osipanje partijski identifikovanih sredinom devedesetih godina "daleko snažniji proces nego li međupartijski transferi i regrutovanje novih partijskih pristalica" (Slavujević, 2002:202).⁷⁴ Sredinom 2000. i početkom 2001. godine, situacija je

⁷³ Slični su i rezultati istraživanja agencije *Fokus* ("Puls Jugoslavije '94"). U Srbiji je, prema ovim podacima, 1994. godine 37% birača izražavalo privrženost pojedinačnim strankama od njihovog osnivanja, dok je 5% ranijih pristalica neke partije prešlo među pristalice neke druge partije. Inače, u istraživanjima su korišteni različiti indikatori (Slavujević, 2002:201).

⁷⁴ Pred izbore 1993, trećinu biračkog tela činili su birači koji su na izborima 1992. godine glasali za neku od partija, ali pred tada predstojeće izbore su bili neodlučni (20%) ili su najavljivali apstinenciju (13%). Sa druge strane, obim onih koji su apstinirali na izborima 1992. a najavili su da će glasati na izborima 1993. manji je čak šesnaest puta - 2%. U novembru 1995. godine više od 20% birača činili su oni koji su glasali na prethodnim izborima i pri tom njih 6% nije znalo za koga će glasati, a 16%

potpuno drugačija i tada dolazi do dva talasa masovnih transfera izbornih pristalica. Prvi talas usledio je nakon ujedinjenja opozicije 2000. godine. Ovaj talas karakteriše masovno prebacivanje pre toga izbornu neopredeljenih birača među pristalice DOS-a. Dakle, za razliku od 90-ih koje karakteriše masovno prebacivanje opoziciono orijentisanih birača u apstinente i izbornu neopredeljenu, 2000. godinu karakteriše obrnut proces - prebacivanje izbornu neodlučnih među pristalice DOS-a. Drugi talas otpočinje nakon pobede DOS-a na saveznom i lokalnim izborima septembra 2000. godine i pobede na republičkim izborima decembra iste godine. Ovaj period obeležava masovno slabljenje podrške ranijim vladajućim partijama SPS-u, SRS-u, JUL-u i izuzetan porast podrške jednoj jedinoj članici DOS-a - DSS-u. Z. Slavujević piše da su posledice ovih transfera na raširenost identifikacije sa bivšim partijama na vlasti bile odmah uočljive, ali da ih je teže bilo jasno uočiti kada je reč o pojedinačnim partijama - članicama DOS-a. DSS je partija koja je u ovim transferima najviše profitirala, ali nije uspela da dugo održi masovni porast izborne podrške. Ovo je bilo i za očekivati jer se ova podrška temeljila, pre svega, na enormnom porastu popularnosti njenog lidera kao predsednika SRJ i na efektu "priklanjanja pobedniku". Zbog toga će prva razočarenja DOS-ovom politikom i sukobi unutar ove koalicije dovesti do izvesnog programskog i socijalnog profilisanja njenih članica, a odatle i do formiranja snažnije i stabilnije partijske identifikacije sa njima (Slavujević, 2002:202).

Identifikacija birača sa pojedinačnim političkim partijama u Srbiji

Izjašnjavanje birača da li su članovi ili simpatizeri određene političke partije najjednostavniji je, mada ne i najpouzdaniji, pokazatelj obi-

najavljivalo je apstinenciju. Nasuprot njima, samo 3% onih koji su apstinirali na prethodnim izborima imalo je formiranu izbornu odluku. Već maja 1996. godine, 38% biračkog tela čine oni koji su 1993. glasali za neku od stranaka, a 1995. su bili neodlučni (34%) ili su najavljivali apstinenciju (4%), dok je samo 2% apstinencija iz 1993. bilo spremno da glasa za neku od stranaka da su izbori održani maja 1996. godine (Slavujević, 2002:202).

ma i intenziteta njihove partijske identifikacije. Češće se koristi razuđenije segmentisanje biračkog tela (tročlano, četvoročlano, višečlano) zasnovano na izbornoj orijentaciji, pri čemu se postavlja direktno pitanje ("*Koliko ste sigurni da biste glasali baš za tu partiju*"), sa različitim modalitetima odgovora, na primer, "*potpuno siguran*", "*uglavnom siguran*", "*ne mnogo siguran*" i sl.) ili se, pak, kombinuju tzv. prvi i drugi izbor.

Kombinacijom prvog i drugog izbora, kao i pitanja o "negativnom" izboru ("*Za koju stranku nikad ne biste glasali*"), Z. Slavujević ustanovljava osmočlanu klasifikaciju birača u Srbiji prema intenzitetu pozitivne, odnosno negativne identifikacije sa pojedinačnom partijom. Ovom klasifikacijom pravi se razlika između 1) *jakih stranačkih pristalica*, 2) *slabih partijskih pristalica*, 3) *potencijalnih pristalica partije*, 4) *neodlučnih*, 5) *potencijalnih pristalica drugih stranaka*, 6) *pristalica drugih partija*, 7) *apolitičnih* i 8) *negativno identifikovanih* (Slavujević, 2002: 203). Ovako razučena segmentacija biračkog tela prema raširenosti i intenzitetu partijske identifikacije, po Z. Slavujeviću, pomaže potpunijoj analizi izbornih rezultata, kao i identifikovanju izvora iz kojih se mogu regrutovati nove pristalice, odnosno može da pomogne profilisanju partijske strategije i marketinških aktivnosti partija. Međutim, ona je prilično komplikovana kada se sistematski žele prikazati promene raširenosti i intenziteta identifikacije sa pojedinačnim partijama (Slavujević, 2002: 203). Stoga ćemo, u nastavku, dati sažet pregled promena identifikacije birača sa pojedinačnim strankama u Srbiji - SPS, SRS, DSS, DS i SPO, odnosno analizirati učešće njihovih jakih i slabih pristalica u ukupnom biračkom telu.

Na osnovu podataka Centra za politikološka istraživanja i javno mnenje Instituta društvenih nauka o identifikaciji birača sa pojedinačnim političkim partijama u Srbiji u periodu 1990-2005, moguće je uočiti dva trenda. **Karakteristike prvog, u periodu 1990-2000, jesu slaba raširenost i nizak intenzitet partijske identifikacije, dok se posle izbora 2000. godine i promene režima održala šira identifikacija birača koja nije praćena istovremenim povećanjem intenziteta identifikacije.**

U periodu 1990-2000, SPS predstavlja najjaču stranku na političkoj sceni Srbije (Slavujević Z., 2002:205). Pred izbore 1990, ova partija uživa podršku više od trećine ukupnog biračkog tela Srbije (Videti grafikon 6 - *Raširenost partijske identifikacije sa SPS, 1990-2005*, stra-

na 122). Međutim, već posle tih izbora SPS se suočava sa padom podrške koja nakon toga retko prelazi petinu biračkog tela. Sve vreme, od 1992, ova partija vlada sa podrškom četvrtine do petine biračkog tela i bez skupštinske većine - najpre manjinskom vladom uz podršku SRS, nakon izbora 1993, u postizbornoj koaliciji sa ND, a posle izbora iz 1997. godine, u postizbornoj koaliciji sa SRS. Izvesno povećanje podrške SPS će imati nakon potpisivanja mirovnog sporazuma za BiH u Dejtonu i pred savezne i lokalne izbore 1997, pa čak i pred septembarske izbore 2000. godine. Osipanje pristalica ove partije u početku se ispoljavalo kao smanjivanje broja snažno identifikovanih (sa 14% u 1993, 12% u 1996, 8% u 1998) da bi nakon 1998. zahvatilo i slabije identifikovane (8% u 1998, 3% u 2001). U principu, smanjivanje intenziteta partijske identifikacije ispoljava se kao "prebacivanje" dela do tada snažno identifikovanih među slabo identifikovane, ali istovremeno i odliv slabije identifikovanih u neodlučne i apstinate, odnosno među pristalice drugih stranaka i to se upravo desilo i SPS.

U periodu 1990-2000, DSS uživala je podršku do 4% i imala nešto veći broj slabih nego jakih pristalica (Videti grafikon 7 - *Raširenost partijske identifikacije sa DSS, 1990-2005*, strana 123).

DS je nakon prvih višestranačkih izbora uživala podršku od oko 5% ukupnog biračkog tela. "Intelektualistički" karakter stranke, brojni rascepi, sukobi sa koalicionim partnerima (sukob sa SPO u okviru koalicije Zajedno), odbijanja da se priključi nekim koalicijama (DE-POS 1992.), bojkoti izbora (majski savezni 1992. i republički 1997.) učinili su da ova stranka tokom perioda 1990-2000. ima podršku manje od desetine biračkog tela. Inače, tokom ovog perioda, među pristalicama DS dvostruko je više slabih nego jakih pristalica (Videti grafikon 8 - *Raširenost partijske identifikacije sa DS, 1990-2005*, strana 123).

SRS predstavlja stranku izrazitih konjunkturnih oscilacija broja pristalica od prvih višestranačkih izbora do izbora 1997. godine, ali i stranku koja vešto koristi povremene bojkote izbora od strane opozicije za postizanje značajnijih izbornih rezultata. Na izborima 1992. nacionalizmom, ali i snažnim antirežimskim pozicioniranjem, osvaja 30 mandata u Veću građana Savezne skupštine, na osnovu 30% glasova (17% ukupnog biračkog tela), dobrim delom patriotski orijentisanih birača opozicionih stranaka koji su bojkotovali izbore. Situacija

je slična i kada je reč o republičkim izborima 1997. godine koje su značajne opozicione stranke opet bojkotovale. Na osnovu 28% osvojenih glasova (16% biračkog tela), odnosno 82 mandata, SRS se po izbornoj snazi približava SPS. Izuzimajući ove prilike, SRS ne uživa podršku višu od 8% od ukupnog broja birača (Videti grafikon 9 - *Raširenost partijske identifikacije sa SRS, 1990-2005*, strana 124). Početkom devedesetih godina SRS ima nešto više jakih nego slabih pristalica, dok je krajem devedesetih njihov odnos ujednačen. Tokom devedesetih godina više od trećine ukupnog broja pristalica SRS vidi SPS kao "rezervnu partiju".

SPO je 1990. godine uživao podršku 13% biračkog tela i predstavljao je najjaču opozicionu stranku. Međutim, promene programskih stavova partije, pogrešne procene lidera o vlastitoj snazi, nastojanje stranke da se nametne kao lider celokupne opozicije, sukobi sa drugim opozicionim strankama u narednom periodu učinili su da podrška ovoj stranci krajem 1996. godine iznosi 4%, a pred izbore 1997, ova podrška se smanjuje na svega 2-3% ukupnog broja birača. Ipak, krajem 1999, nakon pokušaja SPO-a da se priključi protestnim okupljanjima novoformirane koalicije, podrška stranci raste i u tom trenutku iznosi oko 8% biračkog tela (Videti grafikon 10 - *Raširenost partijske identifikacije sa SPO, 1990-2005*, strana 124). Među pristalicama SPO u periodu 1990-2000. uglavnom dominiraju slabe partijske pristalice.

Posle izbora 2000. godine i promene režima, podrška SPS strmoglavo opada, pa tokom 2001. i prve polovine 2002. godine ne prelazi 8% ukupnog biračkog tela. Osipanje broja pristalica SPS će se nastaviti pa će, od druge polovine 2002. do kraja 2005. godine, nivo raširenosti identifikacije sa ovom partijom biti između 3% i 4%. Prema podacima iz 2001. godine, polovina slabih pristalica ove partije pokazuje određene afinitete prema SRS, a ostali uglavnom prema DSS. Prema podacima iz maja 2004. godine odnos jakih i slabih pristalica stranke iznosi 64%:36% u korist slabih pristalica partije.

DSS od druge polovine 2000. godine uživa podršku sve većeg broja birača. U julu 2000, ova partija uživala je podršku 6% ukupnog broja birača, 36% u avgustu, a pred decembarske izbore 2000, broj pristalica stranke iznosio je polovinu ukupnog biračkog tela. Z. Slavujević smatra da je ovolika podrška posledica združenog dejstva više činilaca i navodi dugotrajno nezadovoljstvo građana bivšim reži-

mom i partijama na vlasti, dugo očekivano ujedinjenje opozicije i isticanje lidera ove partije kao zajedničkog predsedničkog kandidata, adekvatno pozicioniranje lidera DSS i same stranke, a kasnije i pobeda na saveznim predsedničkim izborima i snažni efekti priklanjanja pobedniku (Slavujević, 2002:206). Ovako ogroman porast izborne podrške očit se zasnivao na manje stabilnim elementima izborne motivacije, dakle, ne na komponentama koje generišu trajniju, odnosno stabilniju identifikaciju sa partijom. Upravo je ovo rezultiralo dosta "labavom" podrškom veoma heterogenih grupa birača. Veoma je teško ovakvu podršku održati na nivou pobedničke eufrije, pa je u periodu od četiri meseca (novembar 2000. - februar 2001.) DSS izgubio trećinu, za šest meseci (novembar 2000 - septembar 2001.) polovinu, a za godinu i po dana (novembar 2000. - februar 2002.) 60% pristalica. Sukob sa DS doprineće daljem padu raširenosti identifikacije birača sa DSS, pa će u junu 2003. godine privrženost ovoj partiji osećati 14% birača. Parlamentarni izbori u drugoj polovini 2003. godine utićuće na porast broja pristalica ove partije, pa će nivo raširenosti identifikacije sa njom u novembru 2003. iznositi nešto ispod petine biračkog tela. Ipak, za nešto više od godinu dana broj pristalica DSS će se prepoloviti, pa će ih krajem 2004. godine biti oko 8%. Isti nivo raširenosti zadržao se i tokom 2005. godine. Razlozi za ovo, pored pomenutog sukoba sa DS, mogli bi se, po našem mišljenju, tražiti u opštem nezadovoljstvu građana političkim partijama, kao i u padu popularnosti lidera DSS V. Koštunice, a verovatno i nezadovoljstvom građana brzinom ekonomskih reformi, odnosno učincima vlasti na ovom polju. Naglo i masovno širenje partijske identifikacije sa DSS ipak nije bitnije promenilo odnos jakih i slabih pristalica ove partije. Naime, i kada je uživala podršku samo nekoliko procenata ukupnog biračkog tela i kada je izrasla u najjaču političku stranku u Srbiji, ova stranka je imala nešto veći broj slabih nego jakih pristalica. Pri tome, slabe pristalice DSS-a naginju nešto više DS-u (oko trećine), ali i Novoj Srbiji (oko četvrtine) i SSJ (oko petine) (Slavujević, 2002:207). I na osnovu podataka iz 2004. godine, nešto je veći broj slabih nego jakih pristalica u ukupnom broju pristalica ove partije.

Po preuzimanju funkcije premijera od strane lidera DS-a, Z. Đinđića, počinje blago da raste podrška ovoj partiji, a najznačajniji uspon beleži u drugoj polovini 2001. godine kada ima podršku 15% birača. To je period započinjanja radikalnih reformi, privrednih i društvenih,

ali i zaoštavanje odnosa sa DSS, najjačom strankom koalicije i jasnijeg profilisanja ove stranke kao stranke viših, obrazovanijih i najdinamičnijih slojeva društva (Slavujević, 2002:207). Raširenost identifikacije na ovom nivou, tačnije na 16% biračkog tela zadržaće se do sredine 2002. godine. Uslediće značajan pad, pa će krajem iste godine ova partija imati duplo manje pristalica. Ubistvo premijera početkom 2003. godine i proglašenje vanrednog stanja utiće na porast popularnosti DS, pa će, sredinom 2003, broj pristalica iznositi oko desetine biračkog tela i zadržati se na tom nivou do kraja 2003. godine. Kampanja B. Tadića za predsednika Srbije značajno je uticala na povećanje broja pristalica DS, te će njihov broj, krajem 2004. godine, iznositi oko jedne petine od ukupnog broja birača što predstavlja najširu podršku ovoj partiji od 1990. godine. Krajem 2005. godine, dakle u neizbornom periodu, broj pristalica DS biće jednak broju iz 2002. godine - 16%. Na pad raširenosti identifikacije birača sa DS tokom 2005. godine, pored toga što je reč o neizbornom periodu, uticalo je i odvajanje od stranke frakcije Č. Jovanovića, to jest, formiranje Liberalno demokratske partije (LDP) (Videti grafikom 8 - *Raširenost partijske identifikacije sa DS, 1990-2005*, strana 96) Međutim, podaci iz maja 2004. godine pokazuju da je porastao broj čvrstih pristalica u ukupnom broju pristalica partije kojih je tada bilo 45% naspram 55% slabih.

Neposredno nakon izbora 2000, podrška SRS kreće se između 3% i 5%. U jesen 2002, podrška ovoj partiji porasla je opet na 8% ukupnog biračkog tela. Tokom prve polovine 2003. godine broj pristalica ove partije je na nivou ispod 5% da bi serija izbora koja je usledila, zaključno sa završetkom predsedničkih izbora iz 2004. godine, doprinela naglom porastu broja pristalica SRS, pa je ovu partiju, sredinom 2004. godine, podržavala gotovo jedna petina birača Srbije što je, kao i u slučaju DS, najšira podrška koju je ova partija ikada imala. U posleizbornoj 2005. godini, usledio je pad kao i kod DS tako da krajem 2005. godine ove dve partije uživaju podršku od po 16% biračkog tela (Videti grafikom 9 - *Raširenost partijske identifikacije sa SRS, 1990-2005*, strana 97). Inače, pored oscilacija raširenosti, ovu partiju karakteriše i opadanje intenziteta partijske identifikacije, da bi u drugoj polovini u 2001. odnos bio preokrenut u korist slabih pristalica, u 2001. dve trećine slabih pristalica inklinira SSSJ-u, oko jedne četvrtine DSS-u, a SPS-u oko jedne šestine. U maju 2004.

godine, od ukupnog broja pristalica ove partije 62% je "jakih", a 38% "slabih".

Odbijanje SPO-a da pristupi DOS-u dovodi do osipanja podrške ovoj stranci i završava se marginalizacijom nekada najsnažnije opozicione stranke u zemlji, koja nakon republičkih izbora 2000. godine čak gubi status parlamentarne stranke. U 2003. godini, u kojoj je SPO učestvovao na parlamentarnim izborima formiravši koaliciju sa Ilićevom Novom Srbijom, raste broj pristalica ove partije pa će raširenost identifikacije sa njom biti na nivou od 3%. Prešavši izborni cenzus, koalicija ove dve partije ulazi u vladu V. Koštunice, a raširenost identifikacije birača sa SPO tokom naredne dve godine, 2004. i 2005, pada i na nivou je od oko 2% biračkog tela. Među pristalicama SPO uglavnom dominiraju slabe partijske pristalice od kojih, avgusta 2002, polovina naginje DSS-u, trećina Novoj Srbiji, a ostatak DS-u. Podaci iz 2004. godine govore da je znatno više "slabih" (72%) nego "jakih" (28%) pristalica u ukupnom broju pristalica ove partije.

Centar za politikološka istraživanja i javno mnenje Instituta društvenih nauka dvema sondažama (novembar 1992. i novembar 1995.) nalazi da su najčešći razlozi nesigurnosti i neodlučnosti birača u pogledu formiranja izborne odluke, a time i razlozi slabe raširenosti i niskog intenziteta partijske identifikacije tokom 90-ih, pre svega, razočaranje u političke partije (16%), nedovoljna profilisanost identiteta partija prema interesima pojedinih profesionalno-socijalnih slojeva (14%), nemogućnost birača da uoče razliku između partija (11%) i nedostatak informacija o partijama (8%) (Slavujević, 2002:210). Na ove razloge treba, svakako, gledati "u širem društvenom i političkom kontekstu, a posebno u kontekstu nepovoljne opšte političke klime u Srbiji devedesetih i nestabilne partijske scene" (*isto*). Na ovo, po Z. Slavujeviću, ukazuje niz drugih rezultata sondaža koje se tokom 90-ih ponavljaju, sa manjim konjunktivnim varijacijama. Neki od njih su kriza legitimiteta vlasti, delegitimizacija izbora kao osnovne demokratske institucije, nestabilna i fragmentirana partijska scena, kao i neravnopravnost uslova za predstavljanje stranaka. Još čitav niz činilaca utiče na slabu raširenost partijske identifikacije. Reč je, pre svega, o kratkom periodu višestranačja, o odsustvu međugeneracijskog transfera partijske identifikacije unutar porodice, to jest, socijalizacija i edukacija u odnosu na više decenija dug jednopartijski sistem, a dugotrajna negativna socijalizacija u odnosu na višepartijski sistem. Na

sve ovo, prema Z. Slavujeviću, nadovezuje se i "negativan publicitet kojim oficijelni mediji prate formiranje i aktivnost opozicionih partija" (Slavujević, 2002:211).

Nakon izbora iz 2000. godine i promene režima, održava se široka identifikacija birača sa političkim partijama. Međutim, intenzitet partijske identifikacije se ne povećava. Razlozi održavanja visokog nivoa raširenosti partijske identifikacije mogli bi se tražiti u, pre svega, oštrim političkim sukobima među dvema najznačajnijim članicama pobedničke koalicije, odnosno u razmimoilaženju u pogledu pravaca i brzine reformi u zemlji. Visokom nivou raširenosti partijske identifikacije doprinosili su i nerešeni odnosi sa Crnom Gorom, pitanje statusa Kosova i Metohije i položaja Srba u ovoj pokrajini, kao i pitanje saradnje sa tribunalom u Hagu. Sa druge strane, na relativno nizak nivo intenziteta partijske identifikacije doprinose izostajanje izgradnje novih demokratskih pravila i procedura političkog delovanja, konfuzija među biračima kada je reč o sukobljenim partijama nakon 2000, liderski karakter partija koji doprinosi identifikaciji sa liderima, a ne i sa politikom partije itd. Upravo programsko, odnosno ideološko, profilisanje relevantnih partija praćeno doslednošću u političkom angažmanu, to jest, izgradnja određenijeg ideološkog, političkog i socijalnog identiteta može doprineti snažnijoj identifikaciji građana sa političkim partijama u Srbiji. Ovo, naravno, ne znači nužno i viši nivo raširenosti partijske identifikacije.

Srbiju, kao i druge postkomunističke zemlje, karakterišu, dakle, nestabilna i veoma fragmentirana, još uvek neuobličena partijska scena (formiranje partija i njihovo "nestajanje" u periodu između dva izbora, česti rascepi i umnožavanje programski sličnih partija, formiranje programski heterogenih koalicija...), personalistički karakter njenih partija, razočaranje birača partijama, odnosno mišljenje da partije ne ostvaruju svoju projektovanu funkciju artikuladora i realizatora političkih interesa različitih društvenih grupa... Ovo su značajne smetnje povećanju rasprostranjenosti i uspostavljanju stabilnije partijske identifikacije. Ipak, većina relevantnih političkih partija opstala je posle svih do sada održanih izbora. Ne znači li to da se među biračima u Srbiji razvila identifikacija sa ovim političkim partijama?

S. AntoniĆ ne smatra da se razvila identifikacija srpskih birača sa svim partijama koje su u ovom delu teksta pomenute. On polazi od stava da je neophodno da političke partije bar četiri puta uspešno

učestvuju na državnim izborima da bi se stvorili uslovi za identifikaciju sa njima. Međutim, za ovo su neophodne postojeane prilike, što u Srbiji nije slučaj, kao što nije slučaj ni u drugim istočnoevropskim, postkomunističkim društvima. Ipak, ovaj autor nalazi da dve srpske stranke (DS i SRS) danas imaju dovoljno veliko jezgro snažnih pristalica u kojima se "može razviti stranačko poistovećenje". Druge relevantne partije na partijskoj sceni Srbije - DSS, SPO i SPS su, prema njemu, dosta oslabile i ne zna se hoće li se u budućnosti, možda, ugasiti ili će se ipak uspeti očuvati (Antonić, 2006:183). Ova "pouka", prva od dve koje S. AntoniĆ izvlači u zaključku teksta "Stranačko poistovećenje: slučaj Srbije", je sporna. Spornim se čini njen deo u kome se kaže da se identifikacija sa DS i SRS može razviti u "dovoljno velikom jezgru čvrstih pristasa" (Antonić, 2006:183). Nije li svođenje identifikacije sa jednom političkom partijom isključivo na snažnu privrženost toj partiji odstupanje od Mičigenskog modela koje ovaj autor, inače, kritikuje? Ne proizilazi li iz njegovog zaključka da "slabe pristase" nisu identifikovane sa partijom? Ili S. AntoniĆ, u srpskom slučaju, ne razlučuje u potpunosti trajnost i intenzitet biračeve privrženosti nekoj političkoj stranci? Sporan je i drugi deo njegove prve "pouke". Iz činjenice da je neka stranka, kako on piše, "oslabila" ne proizilazi nužno da ona nema pristalice, čak i snažne. Prvom "poukom", S. AntoniĆ u pitanje dovodi drugu "pouku" koja se tiče, dakle, samog načina istraživanja partijske identifikacije i u kojoj stoji da se "prilagođavanje mora vršiti tako da se imaju u vidu sve naročitosti one izvorne teorijske postavke" (Antonić, 2006:183).

Gotovo da nema indikatora koji je u stanju da obuhvati svu složenost pojma pod koji se podvodi, pa je tako i kada je reč o izbornoj orijentaciji kao indikatoru partijske identifikacije. Po nama, reč je o najdiskriminativnijem pokazatelju "osećanja privrženosti političkim partijama" u višepartijskom sistemu kakav je naš. Rezultati istraživanja u kojima je ovaj indikator korišćen pokazuju da se kod birača u Srbiji razvija partijska identifikacija i da u tom smislu ona, iako u "zakasneloj" tranziciji, ne zaostaje za drugim post-komunističkim društvima.

Zaključak

Socio-psihološki model izbornog ponašanja, poznat i kao Mičigenski model, uzima kao neposredne determinante izbornog ponašanja partijsku identifikaciju, imidž partije ili kandidata i teme koje partija ili njen kandidat pokreću u kampanji, to jest rešenja koja nude za najvažnije probleme u društvu. Model uspostavlja hijerarhiju ovih faktora po njihovom značaju, pa se partijska identifikacija određuje kao najopštiji i najznačajniji faktor izborne odluke, a neglasanje u skladu sa njom objašnjava se kao posledica druge dve neposredne determinante. Tvorci socio-psihološkog modela izbornog ponašanja identifikaciju sa strankom shvataju kao psihološku identifikaciju individue sa grupom, duboko ukorenjenu i trajnu emocionalnu povezanost. Reč je o fenomenu kojeg karakteriše međugeneracijski transfer u okviru porodice, to jest o procesu učenja koji se ostvaruje u nizu političkih naraštaja. Trajna psihološka identifikacija građana sa političkom partijom, prema tvorcima ovog koncepta, predstavlja "egzogeni" faktor koji determiniše stavove o kandidatu, o problemima koji se pokreću u kampanji, kao i sam čin glasanja, dok ovi faktori na njega ne utiču.

Uvođenje ovog koncepta u Sjedinjenim Državama 50-ih godina prošloga veka pokazalo se opravdanim budući da su istraživanja pokazala da su oscilacije u izbornom ponašanju bile više od promena u spremnosti građana na identifikaciju sa političkim partijama, a pri tom se nije moglo poći od formalnog partijskog članstva kao mogućeg merila partijske privrženosti jer ga u Sjedinjenim Državama, za razliku od evropskih demokratija, nema.

Nakon što je "ukorenjen" u Americi, koncept partijske identifikacije prenesen je u Evropu u kojoj su društveni rascepi polovinom prošloga veka bili izraženiji nego u Sjedinjenim Državama. Partijski sistemi odražavali su podele u socijalnoj strukturi društva i partije su okupljale članstvo i simpatizere prema njihovim trajnim socijalnim predispozicijama. Birači su se prema politici odnosili kroz relativno čvrste i dugotrajne identifikacije sa postojećim partijama iskazujući visok stepen lojalnosti na izborima.

Tokom 60-ih i 70-ih godina prošloga, veka rezultati istraživanja izbornog ponašanja pokazuju da uloga partijske identifikacije u formiranju izborne odluke birača nije nesporna kako su to videli autori Mičigenske škole. Došlo je do značajnog pada nivoa raširenosti i intenziteta partijske identifikacije. Na delu je bio tzv. *dealignment*, slabljenje veza partija i birača. Slabljenje partijske identifikacije izvesnom broju autora poslužilo je kao indikator početka propasti partija (*decline of parties*). Kasnije će se pokazati da su ovi sudovi, ipak, bili ishitreni.

Analiza rezultata istraživanja partijske identifikacije tokom 60-ih i 70-ih godina, a naročito u poslednje dve decenije prošloga veka, pokazuje da pitanja (*issues*) koja političke partije i kandidati pokreću u izbornim kampanjama utiču na promene partijske identifikacije birača, odnosno na biračevu spremnost da se identifikuje sa određenom političkom partijom. Pokazalo se da partijska identifikacija birača varira u zavisnosti od objektivnih pokazatelja **stanja ekonomije**, to jest u zavisnosti od biračevih **procena zdravlja nacionalne ekonomije**, njegovog **ličnog blagostanja**, **procene bezbedonosne situacije** kao i od njegovog slaganja ili neslaganja sa **smerom promena** koje određena politička partija ili njen kandidat zagovaraju. Rezultati istraživanja pokazali su da su promene u partijskoj identifikaciji birača uslovljene u **retrospektivnom procenom partija i njihovih lidera**, **procenama njihovog angažovanja u budućnosti**, **promenama u popularnosti partijskih lidera**, odnosno predsednika ili premijera kao partijskog "vođe", **značajnim političkim događajima**, **događajima u samoj kampanji**, biračevim **procenama valjanosti političkog sistema**, to jest njegovog **poverenja u politički sistem**.

Uticaj društvenih, ekonomskih i kulturnih podela na partijsku identifikaciju građanina i dalje je značajan uprkos slabljenju socijalnih rasepa u većini demokratskih zemalja Zapada.

Broj partija, odnosno vrsta izbornog sistema opredeljuje značaj partijske identifikacije u izbornim borbama. Pokazalo se da u proporcionalnim izbornim sistemima partijska identifikacija, uz program koji partija zastupa i pitanja koja pokreće i rešenja koja nudi, postaje presudna, dok u većinskim izbornim sistemima postaje dominantan značaj kandidata, mada se i tada kroz imidž kandidata "provlači" njegova partijska pripadnost.

Nestabilna i fragmentirana partijska scena (formiranje partija i njihovo "nestajanje" u periodu između dva izbora, česti rascepi i umnožavanje programski sličnih partija, formiranje programski heterogenih koalicija...), što je karakteristika partijskih sistema u tzv. "mladim" demokratijama, utiču na rasprostranjenost i na stabilnost partijske identifikacije.

Vrlo je teško vršiti uopštavanja za sva demokratska društva. Dok su u nekim zemljama izvesni rascepi slabili, u drugima su jačali. Nacionalizam i regionalizam ojačali su u postkomunističkim zemljama dok su u zapadnim zemljama slabili. Odstupanja, ipak, ima i na Zapadu. Najbolji primer je, čini se, Belgija. Etnički rascep u ovoj zemlji veoma je izražen i kao takav doprinosi stabilizaciji partijske identifikacije. U većini zemalja Zapada tokom poslednje četvrtine prošloga veka identifikacija sa partijama je oslabila, dok se u drugima tek uspostavljala. Reč je o trima južnoevropskim demokratijama - Grčkoj, Španiji i Portugalu. Raširenost identifikacije sa partijama i u ovim zemljama počela je da se smanjuje do vremena kada je u "mladim" istočnoevropskim demokratijama počinjala da raste.

Praviti prognozu o opštem trendu partijske identifikacije u demokratskom svetu u najmanju ruku je problematično. Ipak, ono što pokazuju rezultati istraživanja ove neposredne determinante izborne motivacije, a što je zajedničko za različite zemlje u kojima su istraživanja vršena je da **na partijsku identifikaciju birača**, odnosno na njegovu spremnost da se identifikuje sa određenom političkom partijom **utiče više faktora koji na različite načine deluju od zemlje do zemlje**. Reč je o **posrednim i neposrednim determinantama izborne odluke**. Ovo, između ostalog, pokazuje da su *karakteristike partijske identifikacije uslovljene karakteristikama društva, partijskog i izbornog sistema, intenzitetom društvenih i političkih sukoba na osnovnim linijama rascepa i sl.*

Dokaz o uticaju većeg broja različitih faktora na partijsku identifikaciju ukazuje ujedno da građanin, pojedinac biva "otvoren" za promene tokom čitavog života i da njegova privrženost političkoj partiji ne mora da ostane onakva kakvom je afektivno uspostavljena tokom rane socijalizacije. U obzir se, svakako, mora uzeti i "povratni" uticaj postojeće, formirane partijske identifikacije na ove determinante, to jest njena uloga "filtera" kroz koji birač propušta političke sadržaje, razumeva i ocenjuje politička zbivanja. Dakle, **partijska identifikaci-**

ja predstavlja svojevrsan amalgam, "proizvod" dejstva niza faktora, ali ova determinanta kao takva stiže **relativnu stabilnost i samostalnost u odnosu na svoje konstituante**. Ovo upućuje na zaključak da **odnos partijske identifikacije i drugih determinanti izbornog ponašanja** treba posmatrati kao **odnos opšteg i posebnog**, kao proces stalne razmene uticaja njenih konstituanata sa njom kao samosvojnim entitetom. **Ovo je suprotno zaključku autora Mičigenske škole** da je partijska identifikacija "egzogena" determinanta koja određuje druge dve neposredne determinante izbornog ponašanja - imidž partija i kandidata i teme koje se pokreću u kampanji a da, pri tom, ove determinante ne utiču na nju.

Pojam partijske identifikacije mogao bi se u najširem smislu odrediti kao trajnije osećanje privrženosti određenoj političkoj partiji, to jest kao afektivnu orijentaciju birača prema političkoj partiji kao važnoj grupi kako su to učinili A. Campbell i saradnici. Autori Mičigenske škole svojim određenjem ukazali su na dve osobine ovog fenomena - njegov psihološki karakter i trajnost. U skladu sa ovakvim određenjem, korišćeno je i odgovarajuće istraživačko pitanje kojim se ispitanik sam određuje kao pristalica jedne od američkih partija. Nedovoljna određenost partijske identifikacije A. Campbella i saradnika došla je naročito do izražaja kada je ovaj koncept "prenesen" u Evropu i kada je trebalo pristupiti njenom merenju, to jest formiranju odgovarajućeg istraživačkog pitanja. Pitanje samoodređenja kojim se u SAD tradicionalno utvrđuje intenzitet i raširenost partijske identifikacije dobro funkcioniše. Američki dvopartijski sistem, naime, omogućava biraču da odgovorom na postavljeno pitanje izrazi svoju, rečnikom evropskog birača rečeno, "prvu preferenciju". Upravo zato su autori Mičigenske škole partijsku identifikaciju mogli da interpretiraju i kao drugačiji nivo iskazivanja izborne orijentacije birača. Evropski birač, za razliku od američkog, pred sobom ima po pravilu nekoliko puta veći broj partija, pa dakle, ne mora da bude naklonjen samo jednoj partiji. U višepartijskim sistemima, u identifikaciji biračevog osećanja privrženosti određenoj političkoj partiji nužno je poći od odgovarajuće manifestacije ovog osećanja, to jest od odgovarajućeg diskriminativnog indikatora. Korišćenje različitih indikatora u istraživanju partijske identifikacije, pokazalo se, za posledicu ima različite, teško uporedive podatke.

Osećanje privrženosti političkoj partiji treba istraživati preko izveštaja samog ispitanika o tom osećanju. Drugim rečima, samo određenje partijske identifikacije treba da sadrži konkretne manifestacije biračevog osećanja privrženosti. Naš zaključak je da je **izborna orijentacija u međuibzornom periodu najizoštreniji pokazatelj partijske identifikacije**. Pojedinaac može da se oseća bliskim, da simpatiše, da daje finansijske priloge, ali glasati može samo za jednu. Izborna orijentacija, to jest, izražena namera birača da glasa za određenu partiju kao varijabla ostaje u korpusu psiholoških varijabli, pa po tome nema odstupanja od Mičigenskog modela. Najcelovitije određenje partijske identifikacije upravo je određenje Z. Slavujevića, budući da ukazuje na konkretne manifestacije osećanja privrženosti političkoj partiji. Z. Slavujević partijsku identifikaciju određuje kao *osećanje privrženosti određenoj političkoj partiji, kao prihvatanje od strane birača njenih ideoloških i političkih stavova, oblika političkog delovanja i lidera, uključivanje u njene aktivnosti i glasanje za njene kandidate, a time i kao uspostavljanje jasne distance prema drugim političkim partijama* (Slavujević, 2005:105; 2002:195).

Istraživanja partijske identifikacije mogu da se odnose na utvrđivanje njene raširenosti, intenziteta, stabilnosti, značaja i sl. Ovi elementi se često ne razlikuju ili su nedovoljno određeni. Najčešće se govori o stabilnosti, odnosno nestabilnosti partijske identifikacije, pri čemu se misli na njenu promenljivost u širem smislu, na promene nivoa njene raširenosti i intenziteta, a ne na manji, odnosno veći transfer izbornih pristalica od jedne ka drugim partijama i obrnuto. Sa druge strane, neki autori ne razlučuju u potpunosti trajnost i snagu biračeve privrženosti određenoj partiji. Drugim rečima, u literaturi su *nedovoljno određeni pojam partijske identifikacije, elementi pojma i njegovi odnosi sa pojmovima koji se odnose na druge neposredne determinante izbornog ponašanja, što ima za posledicu različite pristupe u empirijskom istraživanju partijske identifikacije, nedovoljno uporedive podatke i često proizvoljne interpretacije empirijskih nalaza*.

Moguće je identifikovati dva generalna pristupa empirijskom istraživanju partijske identifikacije, koji koriste različite indikatore: jedan, koji polazi od partijske identifikacije kao najpouzdanijeg prediktora rezultata izbora, i drugi koji uzima partijsku identifikaciju kao nezavisnu varijablu koja najpotpunije objašnjava stavovske preferencije različitih grupa birača. Pošavši od partijske identifikacije kao pouzdanog prediktora

rezultata izbora izvesni autori, kritičari jednodimenzionalnog koncepta partijske identifikacije nalaze da merenje partijske identifikacije korišćenjem termometar pitanja predstavlja naročito dobar prediktor rezultata izbora, bolji nego tradicionalna skala. Sa druge strane, sami autori *The American Voter*, kao i brojni drugi istraživači, polaze od partijske identifikacije kao nezavisne varijable koja najbolje objašnjava distribuciju stavova ispitanika o pitanjima o kojima se izjašnjavaju. Bliskost određenoj partiji pokazala se, ipak, kao nepogodan indikator partijske identifikacije. Rezultati korišćenja partijskih termometara ukazali su na uticaj kratkotrajnih faktora izbornog ponašanja na biračevu izbornu odluku.

Analiza raspoložive empirijske građe pokazuje da *i pored toga što se u slučaju Srbije govori o tzv. zakasneloj tranziciji, karakteristike partijske identifikacije kao što su raširenost, intenzitet ili stabilnost u Srbiji u osnovi odgovaraju karakteristikama partijske identifikacije u drugim zemljama u tranziciji*. Rezultati istraživanja u kojima je kao indikator partijske identifikacije korišćena izborna orijentacija ispitanika pokazuju da se kod birača u Srbiji razvija partijska identifikacija. Tokom devedesetih godina prošloga veka, raširenost partijske identifikacije u Srbiji uglavnom je na nivou zemalja Istočne Evrope, iako su raspad SFRJ i ratovi na njenim prostorima usporili proces tranzicije u Srbiji. U analizi partijske identifikacije u Srbiji u periodu 1990-2005, uočavaju se dva trenda. **Karakteristike prvog, u periodu 1990-2000, jesu slaba raširenost i nizak intenzitet partijske identifikacije, da bi se posle izbora 2000. godine i promene režima održala šira identifikacija birača, ali ona nije praćena istovremenim povećanjem intenziteta identifikacije.** Kao i druge postkomunističke zemlje, Srbiju karakterišu nestabilna i veoma fragmentirana, još uvek neuočljiva partijska scena (formiranje partija i njihovo "nestajanje" u periodu između dva izbora, česti rascepi i umnožavanje programski sličnih partija, formiranje programski heterogenih koalicija...), personalistički karakter njenih partija, razočaranje birača partijama, odnosno mišljenje da partije ne ostvaruju svoju projektovanu funkciju artikuladora i realizadora političkih interesa različitih društvenih grupa... Ovo su značajne smetnje povećanju rasprostranjenosti i uspostavljanju stabilnije partijske identifikacije.

Provera osnovne hipoteze dala je sledeće rezultate. Pored zaključka da značajne teme mogu uticati na promene u partijskoj iden-

tifikaciji birača, iz analize rezultata može se zaključiti i da **pitanja koja političke partije i kandidati pokreću u izbornim kampanjama imaju snažan uticaj na izbornu odluku birača**. Ne samo značaj tema, nego i učestalost rukovođenja birača temama prilikom glasanja, osnažuju tvrdnje istraživača izbornog ponašanja s kraja 60-ih i tokom 70-ih godina prošloga veka da je **njihov uticaj kao faktora izborne odluke kraćega trajanja potcenjen u zaključcima autora *The American Voter* i njihovih sledbenika**. Značajna, "velika" tema, bez obzira da li je reč o stanju ekonomije, pitanju bezbednosti ili nekoj drugoj, može značajno, ponekad i u potpunosti, da opredeli birača za koga da glasa. Rezultati istraživanja značaja uloge imidža kandidata i lidera u izbornom procesu upućuju nas na dva zaključka: (1) očit je da je **uloga pojedinaca, to jest ličnosti kandidata i lidera, tokom poslednje četvrtine dvadesetog veka postala sve "vidljivija" u politici u širem smislu, kako u SAD, tako i u drugim demokratskim zemljama** i (2) **da imidž kandidata i lidera partija istraživači izbornog ponašanja sve češće uzimaju za presudan faktor izborne odluke**. Glasanje na osnovu imidža kandidata, koje su predstavnici Mičigenske škole u osnovi držali za iracionalno u kasnijim istraživanjima se pokazalo kao rezultat procene racionalnih birača. Učestalost kojom, prema istraživanjima, teme koje se pokreću u kampanji i imidž političkih partija i njihovih kandidata figurišu kao veoma značajni faktori u izbornoj odluci birača navode na zaključak da je **u zaključcima autora *The American Voter* i sledbenika značaj partijske identifikacije kao neposredne determinante izborne odluke bio precenjen na uštrb drugih dveju neposrednih determinanti**.

Problem koji ostaje jeste određenje relativnog značaja, odnosno, uticaja triju neposrednih determinanti izbornog ponašanja na izbornu odluku glasača. Egzaktan statistički skor ovog uticaja je malo verovatan. Brojni pristupi istraživanju šta i na koji način određuje izbornu odluku birača, potvrđujući nalaze Mičigenske škole da je reč o partijskoj identifikaciji, problemima i imidžu partija i kandidata i potvrđujući da partijska identifikacija i dalje predstavlja veoma snažnu determinantu, svaki iz svog ugla doprinose boljem razumevanju različite uloge svake od neposrednih determinanti izborne odluke u različitim izborima i kod različitih birača.

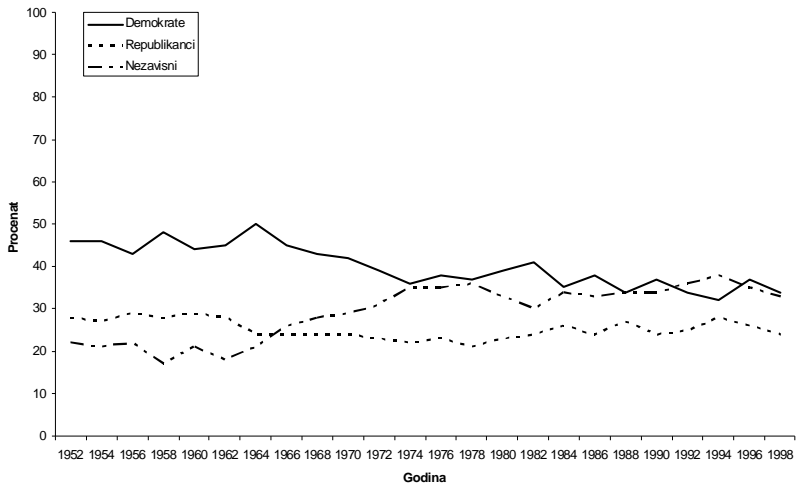
Prilozi

Tabela 1: Partijska identifikacija u SAD, 1952-1988

Partijska identifikacija	1952	1956	1960	1964	1968	1972	1976	1980	1984	1988
Snažan demokrata	22	21	20	27	20	15	15	18	17	17
Slab demokrata	25	23	25	25	25	26	25	23	20	18
Nezavistan demokrata	10	6	6	9	10	11	12	11	11	12
Nezavistan republikanac	7	8	7	6	9	10	10	10	12	13
Slab republikanac	14	14	14	14	15	13	14	14	15	14
Snažan republikanac	14	15	16	11	10	10	9	9	12	14
Apolitičan	3	4	2	1	1	1	1	2	2	2
Glasovi demokratskog kandidata	44	42	50	61	43	38	50	42	41	46
Glasovi republikanskog kandidata	55	57	50	38	43	61	48	52	59	54

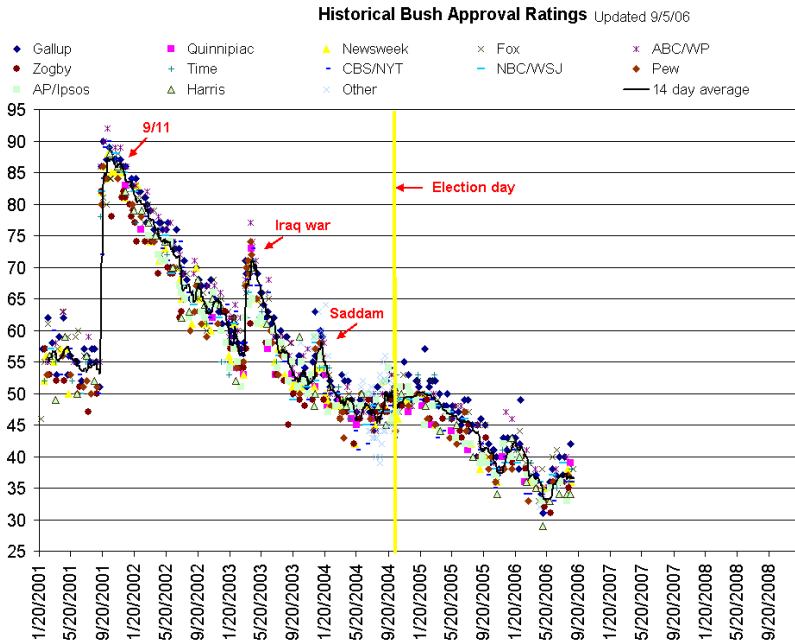
Izvor: Center for Political Studies/National Election Studies election surveys prema Niemi, Weisberg, 1993:269

Grafikon 1: Partijska identifikacija u SAD, 1952 - 1998



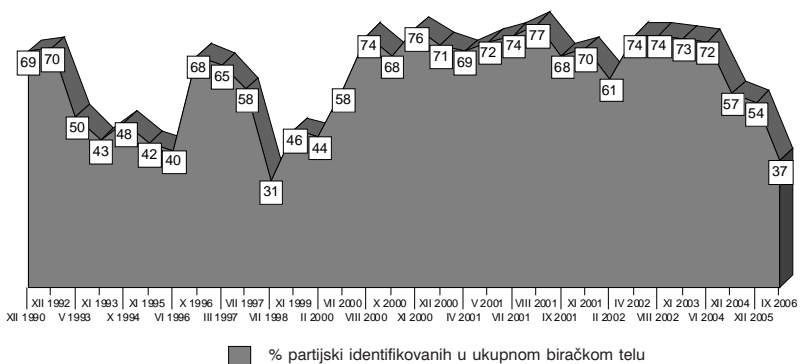
Izvor: National Election Studies (NES) prema Wirls, 2001:95

Grafikon 2: Pozitivna mišljenja građana SAD o predsedniku G. Bushu 2001-2006.



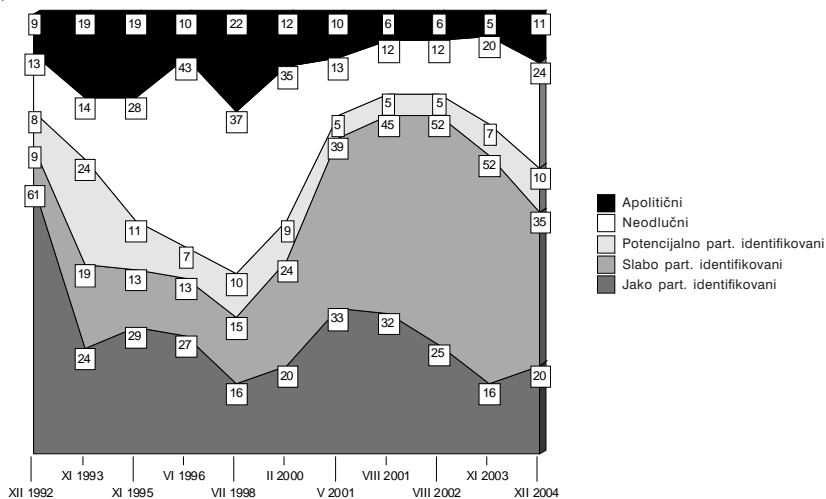
Izvor: <http://www.hist.umn.edu/~ruggles/Approval.htm>, 10. decembar 2006.

Grafikon 3: Promene raširenosti partijske identifikacije u Srbiji, 1990-2006.



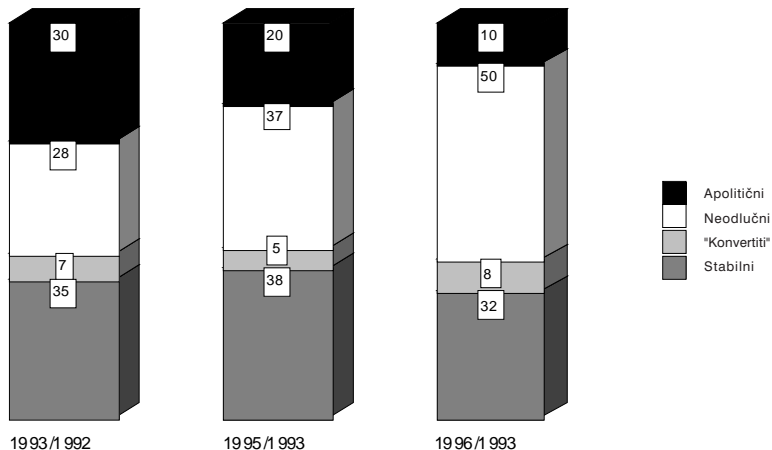
Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka; Podatak za septembar 2006. godine iz istraživanja CESID-a.

Grafikon 4: Promene intenziteta partijske identifikacije u Srbiji, 1992-2004.

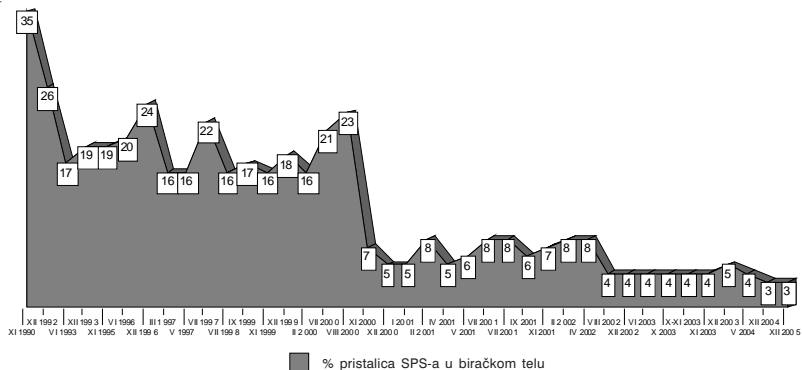


Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnenje Instituta društvenih nauka

Grafikon 5: Stabilnost partijske identifikacije u Srbiji, 1993-1996.

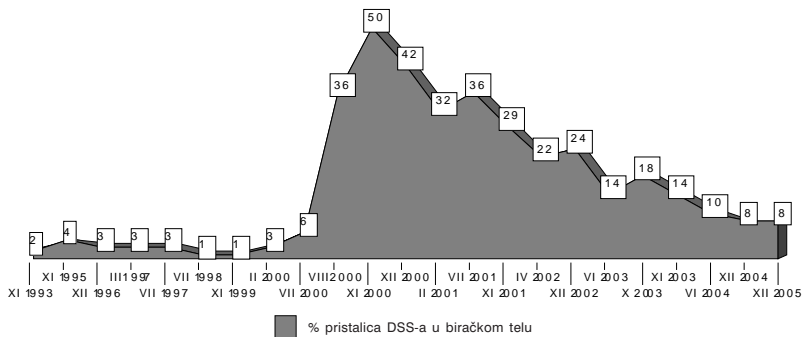


Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka

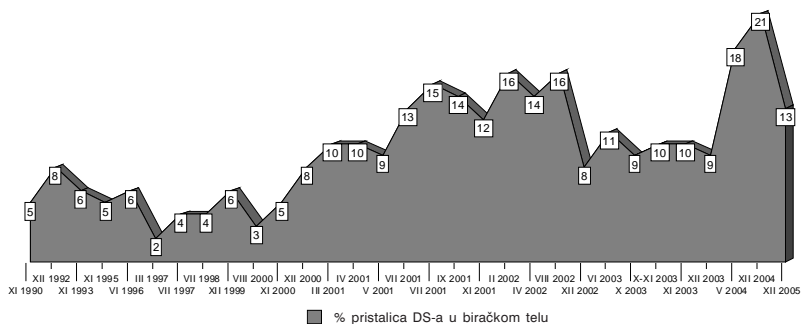
Grafikon 6: Raširenost partijske identifikacije sa SPS, 1990-2005

Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnenje Instituta društvenih nauka

Grafikon 7: Raširenost partijske identifikacije sa DSS, 1990-2005

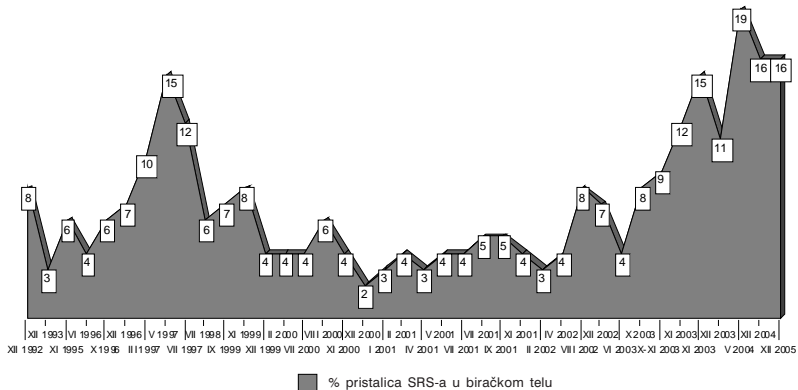


Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka

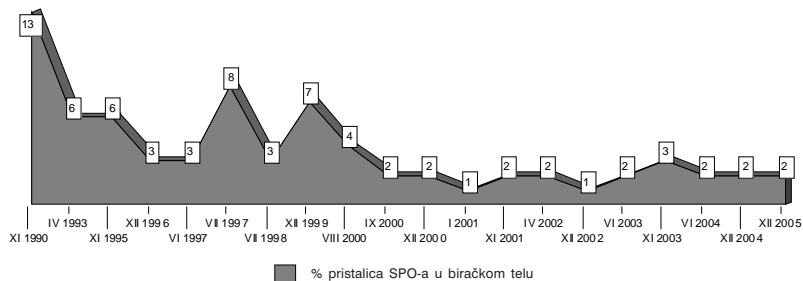
Grafikon 8: Raširenost partijske identifikacije sa DS, 1990-2005.

Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka

Grafikon 9: Raširenost partijske identifikacije sa SRS, 1990-2005.



Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje Instituta društvenih nauka

Grafikon 10: **Raširenost partijske identifikacije sa SPO, 1990-2005.**

Izvor: Centar za politikološka istraživanja i javno mnenje Instituta društvenih nauka

Literatura

- Alvarez, M. R. (1990): "The Puzzle of Party Identification: Dimensionality of An Important Concept", *American Political Quarterly*, Vol. 18, No. 4, Pp 476-491, Sage Publications, Inc.
- Allsop, D., Weisberg, F. H. (1988): "Measuring Change in Party Identification in an Election Campaign", *American Journal of Political Sciences*, Vol. 32
- Antonić, S., (2006): "Stranačko poistovećenje: slučaj Srbije" u *Elita, građanstvo i slaba država*, JP "Službeni glasnik"
- Bartels, L. M. (2000): "Partisanship and Voting Behavior, 1952-1956" *American Journal of Political Science*, Vol. 44 Issue 1
- Beyme, von K. (2002): *Transformacija političkih stranaka*, Fakultet političkih znanosti, Zagreb
- Blais, A., Gidengil, R., Nadeau, R., Nevitte, N., (2001): "Measuring Party Identification: Britain, Canada and the United States", *Political Behavior*, Vol. 23, No. 1, pp. 5-22
- Boy, D., Mayer, N., (1999): "Cleavage Voting and Issue Voting in France" in Lewis-Beck, M. S. (ed), *How France Votes*, Chatham House Publishers, New York
- Brader, T., Tucker, J. A. (2001): "The Emergence of Mass Partisanship in Russia, 1993-1996" in *American Journal of Political Science*, Vol. 45, No. 1, Jan 2001, Pp 69-83, Midwest Political Science Association
- Carmines, E. G., Stimson, J. A. (1993): "Modeling Change in Mass Identification With the Parties" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Campbell, A., Converse, Ph. E., Miller, W. E., Stokes, D. E. (1976): *The American Voter*, University of Chicago Press
- Dalton, R. J. (1996): "Political Cleavages, Issues, and Electoral Change" in LeDuc, L., Niemi, R., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, Sage Publications

- Delli Carpini, M. X. (1983): "Political Distillation on Electoral Behavior", *American Political Quarterly*, Vol. 11, No. 2, Pp 163-180
- Erikson, E. (1976): *Omladina kriza, identifikacija, "Pobjeda"*, Titograd
- Finkel, S. E., Scarrow, H. A. (1985): "Party Identification and Party Enrollment: The Difference and the Consequence", *Journal of Politics*, Vol. 47, Pp 620-643
- Fleury, C. J., Lewis-Beck, M. S. (1993): "Anchoring the French Voter: Ideology Versus Party", *The Journal of Politics*, Vol. 55., No. 4, Pp 1100-1109
- Franklin, M. N. (1996): "Electoral Participation" in LeDuc, L., Niemi, R. G., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, Sage Publications
- Fleury, C. J., Lewis-Beck, M. S. (1993): "Déjà Vu All Over Again: A Comment of Converse and Pierce", *The Journal of Politics*, Vol. 55., Pp 1118-1126
- Golubović, Z. (1999): *Ja i drugi*, "Republika", Beograd
- Gross, A. L., Gallo, T., Payne, J. G., Tsai, T-I., Wang, Y. C., Chang, C. C., Hsieh, W. H. (2001): "Issues, Images, and Strategies in 2000 International Elections - Spain, Taiwan and the Russian Federation", *American Behavioral Scientist*, Vol. 44, No. 12, Pp 2410-2434
- Hague, R., Harrop, M., (2004): "Elections and Voters" in *Comparative Government and Politics, 6th ed.* New York, NY: Palgrave Macmillan
- Hantington, S. P. (1998): *Sukob civilizacija i preoblikovanje svetskog poretka*, "CID", Podgorica
- Haynes, S. E., Jacobs, D. (1994): "Macroeconomics, Economic Stratification and Partisanship: A Longitudinal Analysis of Contingent Shifts in Political Identification", *American Journal of Sociology*, Vol. 100, No. 1, Pp 70-103
- Jacoby, W. G. (1988): "The Impact of Party Identification on Issue Attitudes", *American Journal of Political Science*, Vol. 32, No. 3, Pp 643-661

- Kasapović, M., (2002): "Pogovor" u Sartori, G., *Stranke i stranački sustavi*, "Politička kultura", Zagreb
- Komšić, J. (2002): "Programska evolucija partija" u V. Goati (ur.) *Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000. godine*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Komšić, J. (2003): "Istorijsko-etnički rascepi i politička pregrupisavanja u Srbiji" u Komšić i dr. *Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisavanja u Srbiji*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Komšić, J., Pantić, D, Slavujević, Z. (2003): "Linije rascepa u društvu i osnovni pravci političkog (pre)grupisanja" u Komšić i dr. *Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisavanja u Srbiji*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Lajphart, A. (2003): *Modeli demokratije*, "CID", Podgorica, "Službeni list SCG", Beograd
- Lockerbie, B. (1989): "Change in Party Identification: The Role of Prospective Economic Evaluations", *American Politics Quarterly*, Vol. 17, No. 3, Pp 291-311
- MacKuen, M. B., Erikson, R. S., Stimson, J. A. (1993): "Macropartisanship" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Marcus, G. B., (1993): "The Impact of Personal and National Economic Conditions on the Presidential Vote" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- McAllister, I., (1996): "Leaders" in LeDuc, L., Niemi, R. G., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, Sage Publications
- McAllister, I., Wattenberg, M. P. (1995): "Measuring Levels of Party Identification: Does Question Order Matter?" *Public Opinion Quarterly*, Vol. 59, Pp 259-268
- Mekenzi, V. Dž. M. (2002): "Deljeni identitet" u Čupić, Č., *Politička antropologija: hrestomatija*, Fakultet političkih nauka, Beograd

- Mihailović, S., (1996a): "Socijalno utemeljenje političkih stranaka", *Sociološki pregled*, br. 3, str. 293- 312
- Miller, W. E. (1991): "Party Identification, Realignment, and Party Voting: Back to the Basics", *American Political Science Review* Vol. 85, Pp. 557-568
- Miller, W. L., Niemi, R. G. (2002): "Voting: Choice, Conditioning and Constraint" in LeDuc, L., Niemi, R. G., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies 2: New Challenges in the Study of Elections and Voting*, Sage Publications
- Miller, A. H., Klobucar, T. F., (2000): "The Development of Party Identification in Post-Soviet Societies", *American Journal of Political Science*, Vol. 44, Pp. 667-685
- Milošević, J., (1997): "Stranačka identifikacija kao činilac izbornog opredeljenja" *Srpska politička misao*, br. 3-4, str. 133-154.
- Nelson, M., (2001): "The Election: Ordinary Politics, Extraordinary Outcome" in Nelson, M. (ed), *The Election of 2000*, CQ Press, Washington DC
- Niemi, R.G., Jennings, M. K. (1993): "Issues and Inheritance in the Formation of Party Identification", in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (1993): "What Determines How Voters Think About Politics?" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (1993): "Is Party Identification Stable?" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (1993): "Dealignment and Realignment in the Current Period" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Niemi, R. G., Wright, S., Powell, L. W. (1987): "Multiple Party Identifications and measurement of Party Identification", *The Journal of Politics*, Vol. 49

- Norpoth, H., (1996): "The Economy" in LeDuc, L., Niemi, R. G., Norris, P. (eds), *Comparing Democracies: Elections and Voting in Global Perspective*, Sage Publications
- Pantić, D. (2002): "Vrednosti birača pre i posle demokrat-skog preokreta 2000.godine" u V. Goati (ur.) *Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000. godine*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Pantić, D. (2003): "Kulturno-vrednosni rascepi kao determi-nante partijskog pregrupisavanja u Srbiji" u Komšić i dr. *Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisavanja u Srbiji*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stif-tung
- Pattie, C., Johnston, R., (2001): "Losing voters' trust: evaluati-ons of the political system and voting at the 1997 British general election", *British Journal of Politics and International Relations*, Vol. 3, No. 2, pp. 191-222
- Rahn, W. M., Krosnick, J. A., Breuning, M. (1994): "Rationali-zation and Derivation Processes in Survey Studies of Politi-cal Candidate Evaluations", *American Journal of Political Sci-ence*, Vol. 38, No. 3., Pp 582-600
- Riggle, E. D. (1992): "Cognitive Strategies and Candidate Evaluations", *American Politics Quarterly*, Vol. 20, No. 2, Pp 227-246
- Rose, R., Munro, N., White, S., (2001): "Voting in a Floating Party System: the 1999 Duma Election", *EUROPE-ASIA STU-DIES*, Vol. 53, No. 3, Pp. 419-443
- Sartori, G. (2002): *Stranke i stranački sustavi*, "Politička kulta-ura", Zagreb
- Scammell, M., (1999): "Political Marketing: Lessons for Poli-tical Science", *Political Studies Association*, XLVII, Pp. 718-739, Blackwell Publishers
- Selle, P., Svasand, L. (1991): "Membership in Party Organiza-tions and the Problem of Decline of the Parties" in *Comparative Political Studies*, Jan 91, Vol. 23, Issue 4
- Slavujević, Z. (1997): "Partijska identifikacija i biračko telo" u V. Goati (ur.) *Partijski mozaik Srbije 1990-1996*, Beogradski krug i AKAPIT

- Slavujević, Z. (2002): "Partijska identifikacija građana pre i posle izbora 2000. godine" u V. Goati (ur.) *Partijska scena Srbije posle 5. oktobra 2000. godine*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Slavujević, Z. (2003): "Razvrstavanje biračkog tela i relevantnih stranaka Srbije na osi "levica - desnica" u Komšić, J., Pantić, D., Slavujević, Z., *Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisanja u Srbiji*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Slavujević, Z. (2003): "Uvod" u Komšić, J., Pantić, D., Slavujević, Z., *Osnovne linije partijskih podela i mogući pravci političkog pregrupisanja u Srbiji*, IDN, Beograd i Friedrich Ebert Stiftung
- Slavujević, Z. (2005): *Politički marketing*, Fakultet političkih nauka, Beograd
- Smit, A. (1998): *Nacionalni identitet*, "Biblioteka XX vek", Beograd
- Stanley, H. W., Niemi, R. G. (1993): "Partisanship and Group Support Over Time" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC
- Stojiljković, Z., (2006): *Partijski sistem Srbije*, JP "Službeni glasnik", Beograd
- Stojković, B. (1993): *Evropski kulturni identitet*, "Prosveta", Niš i "Zavod za proučavanje kulturnog razvitka", Beograd
- Stupar, M., (2000): "Zaključna razmatranja sa rada na projektu "Pojmovno određenje političkog identiteta", www.sac.org.yu/komunikacija/casopisi/fid/XVI/d03/show_html?stdlang=ua, 14. jun 2006.
- Tajfel, H., (1981): *Human Groups and Social Categories: Studies in Social Psychology*, New York: Cambridge University Press
- Wattenberg, M. P. (1993): "Views of the Parties: Negativity or Neutrality?" in Niemi, R. G., Weisberg, H. F. (eds), *Controversies in Voting Behavior*, CQ Press, Washington DC

- Wirls, D. (2001): "Voting Behavior: The Balance of Power in American Politics" in Nelson, M. (ed), *The Election of 2000*, CQ Press, Washington DC

Internet sajтови

www.amperspective.com
www.coe.int
www.cpijm.org.yu
www.historylearningsite.co.uk
www.hist.umn.edu
www.sac.org.yu
www.wikipedia.org

Nedeljnici

НИН, broj 2904, 24. avgust, 2006.
TIME, Vol. 149, No. 17, April 1997

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

172.1
316.62:631.02
342.849.2
316.334.3
329

АТЛАГИЋ, Синиша

Partijska identifikacija kao determinanta izborne motivacije :
teorijske kontroverze i problemi empirijskog istra`ivanja / Sini{a
Atlagi}. - Beograd : Friedrich Ebert Stiftung : Fakultet politi-kih
nauka, 2007 (Beograd : Libra). - 169 str. : graf. prikazi, tabele ; 21 cm

Tira` 500. - Napomene i bibliografske reference uz tekst. - Bibliografija:
str. 163-169.

ISBN 978-86-83767-20-5 (FES)

a) Политичко понашање b) Политички идентитет c)
Полиитичке партије d) Изборна кампања
COBISS.SR-ID 143785484