

Klasični pristupi II

Političko-psihološki pristup

Političko-psihološki pristup

- Povećan broj istraživanja od 1948. godine, a samim tim i razvoj pristupa
- *Lojalnost partiji?*
- Mičigenska škola, *The American Voter*
- *www.cses.org*
- Lična politička psihologija kao analitičko sredstvo
- *Partijska identifikacija – trajna emocionalna vezanost za političku partiju*

Ključni činioci političke identifikacije

- Trajnost
- Nezavisnost od grupe, ideologije, aktuelnih problema...
- Intenzitet varira u odnosu na pojedinca
- Politička pripradnost analogna religijskoj
- Heuristička vrijednost
- Procesi socijalizacije

Analiza političkog opredjeljivanja

1. Izbor relevantnih problema
2. Procjena važnosti datog problema
3. Ocjena o tome da li je aktuelna vlast ispunila očekivanja
4. Procjena koja je partija najbliža stavu pojedinca o datom problemu
 - Problem “objektivne” analize
 - Kako se u to upliće partijska identifikacija?

Kognitivna i afektivna mapa politike

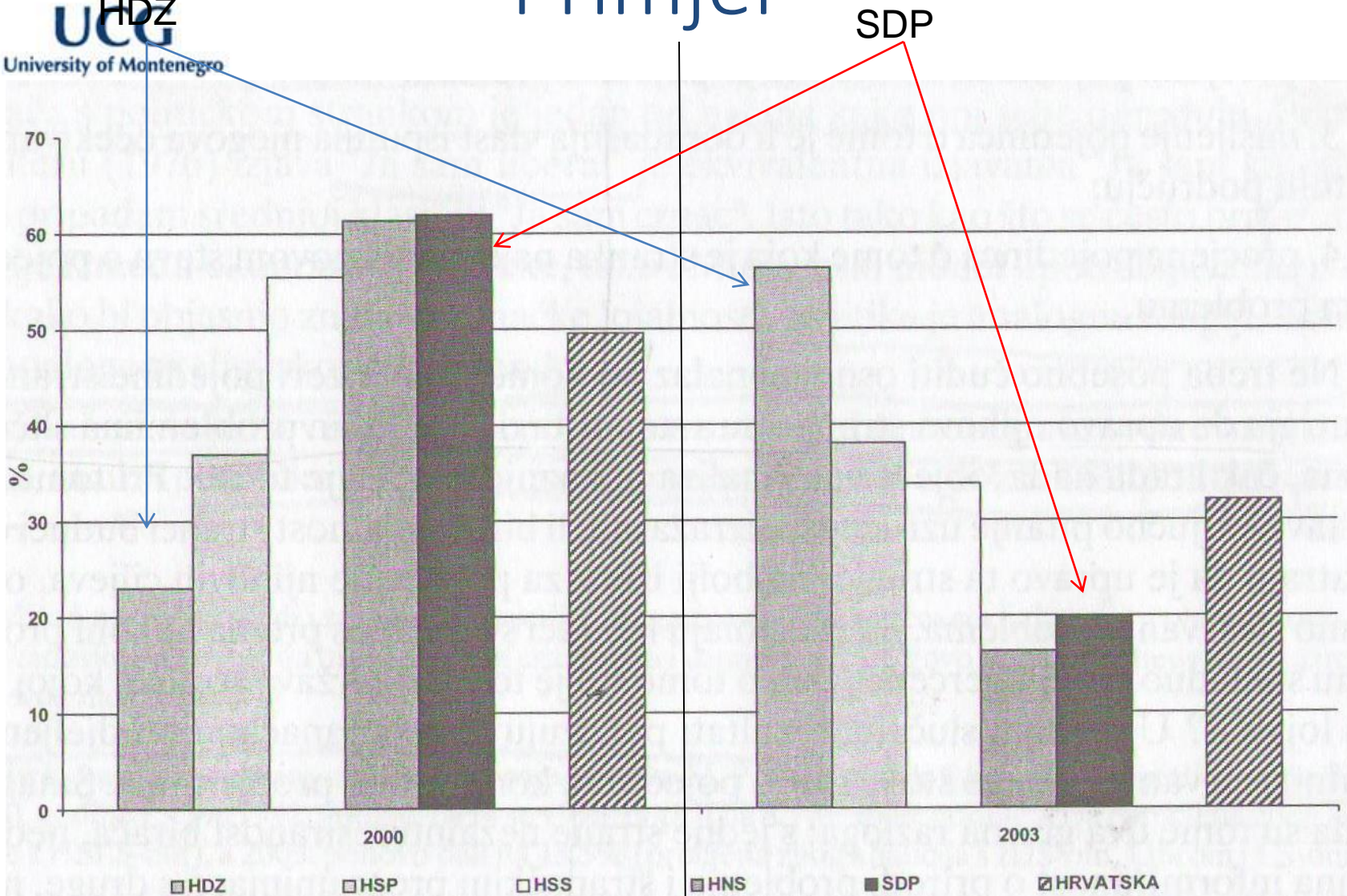
- Kurt Lewin
- Jednom formirane kognitivne mape određuju buduće doživljaje, filtriraju informacije i održavaju stabilnost odnosa pojedinca i okoline, pa samim tim i stabilnost političkog opredljenjenja
- Moć doživljaja činjenica

Percepcija ekonomskog stanja Procenat odgovora "danas živim lošije"



University of Montenegro

Primjer



Koncept partijske identifikacije

- “Vrsta lične vezanosti koju pojedinac osjeća prema svoj partijskom izboru.”
- “affective orientation to an important group object in the environment” *The American Voter*
- Pojednostavljenje?

Primjenjivost koncepta u Crnoj Gori

- Vrijeme
- Nestabilnost sistema
- Poseban problem operacionalizacija koncepta
 - “Da li sebe smatrate SNP/ovcem, DPS/ovcem, PZP/ovcem”
 - Presjek ranijih odluka
- Mogućnost za operacionalizaciju u CG kontekstu:
 - čvrstinu opredjeljenja za određenu partiju
 - porodičnu istoriju političke podrške određenoj “strani”.

Porodična tradicija i glasanje u CG

		partizane	četnike	Zelenaše	nikoga nisu podržali	Total
DPS	N	205	19	9	81	314
	%	65.3%	6.1%	2.9%	25.8%	100.0%
SDP	N	24	3	1	10	38
	%	63.2%	7.9%	2.6%	26.3%	100.0%
SNP	N	97	42	0	25	164
	%	59.1%	25.6%	.0%	15.2%	100.0%
PZP	N	24	5	0	12	41
	%	58.5%	12.2%	.0%	29.3%	100.0%
NOVA	N	27	27	0	10	64
	%	42.2%	42.2%	.0%	15.6%	100.0%
apstinenti	N	74	20	4	61	159
	%	46.5%	12.6%	2.5%	38.4%	100.0%
ostali	N	40	14	2	23	79
	%	50.6%	17.7%	2.5%	29.1%	100.0%
Total	N	491	130	16	222	859
	%	57.2%	15.1%	1.9%	25.8%	100.0%

Kritika

1. Prekruto razgraničenje kratkoročnih i dugoročnih odrednica nečijeg partijskog identiteta
2. Neuvažavanje uticaja vrijednosti na pojedinca
3. Teško je mjeriti partijsku identifikaciju
4. Danas je koncept manje primjenjiv nego ranije

Klasični pristupi II

Političko-ekonomski pristup

Ekonomaska teorija glasanja

- Homo economicus:
 - *Konzistentan* u svojim preferencijama
 - *Instrumentalan*, uloga glasa jeste uticaj ne identitet
 - *Egoističan*, glas se koristi za lični cilj
 - *Usmjeren na budućnost*, prošlost samo kao prediktor budućnosti
 - *Optimalan*, costs-benefits

Neophodne pretpostavke

- Da je pojedinac svjestan svog položaja, potreba i interesa
- Da postoje modaliteti političkog izbora koji su povezani sa ovim njegovim potrebama,
- Da ima opšte znanje i konkretne informacije koje su mu potrebne za odlučivanje

Downsove pretpostavke:

- Postoji najracionalniji način na koji se neki cilj može postići
- Donositelj odluke će racionalno izabrati taj najracionalniji način
- Princip – maksimizacija dobiti na osnovu ulaganja i minimizacija ulaganja za datu dobit
- Vroomova teorija motivacije – teorija o odlukama proporcionalnim očekivanjima ishoda

Političko tržište

- Gdje postaviti radnju? Metafora političkog tržišta



Faktori koji utiču

- Proces informisanja:
 - Kontekstualno znanje
 - Informacija
 - Problem objektivnosti:
 - Ograničeni broj informacija
 - Iskrivljeni izvještaj selekcionisanjem
 - Izbor informacijskih izvora
- Ideologija kao sredstvo osmišljavanja činjenica

Kritike:

- “Paradox glasanja”
- Nepostojanje konceptata povjerenja ili odanosti
- Birači vrednuju partije i po drugim kriterijima

Da li pristupi mogu da budu komplementarni?

Političko socijalni:

- Položaj pojedinca
- Porodična socijalizacija
- Socijalna interakcija

Političko psihološki:

- Kognitivna i afektivna mapa
- Partijska lojalnost

Političko ekonomski

- “racionalno” ponašanje

- Znanje
- informacije

