

**Bojan Todosijević**

Centar za politikološka istraživanja i javno mnjenje,  
Institut društvenih nauka<sup>1</sup>

**Zoran Pavlović**

Odeljenje za psihologiju  
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu

## IDEOLOŠKI IDENTITET I IZBORNO PONAŠANJE: UPOREDNA ANALIZA DIREKCIONOG I PROKSIMALNOG MODELA POLITIČKOG IZBORA<sup>2</sup>

**Rezime:** *Koncept ideološke levice/desnice ima kompleksan karakter. Sa jedne strane, politička levica i desnica označavaju političke ciljeve i ideale koji se žele ostvariti, dakle, neku vrstu vrednosnih orijentacija. Sa druge strane, ideološke odrednice levica i desnica predstavljaju i formu političkog identiteta, bitnog za samorazumevanja političkih aktera i za političku komunikaciju između njih. Označavajući tako istovremeno i politički identitet i vrednosnu orijentaciju, dimenzija levica/desnice javlja se kao ključni faktor u političkom opredeljivanju. Pojednostavljeno, glasači određenog političkog identiteta biraju partije sa kompatibilnim identitetom i vrednostima. Ta veza je u istraživanjima operacionalizovana na više načina. Iz teorija racionalnog izbora proizašao je spacijalni model političkog ponašanja. U proksimalnoj verziji spacijalnog modela, glasači biraju partiju koja im je najbliža u apsolutnom smislu na dimenziji levica/desnice. U direkcionoj reviziji spacijalnog modela, glasači biraju partije koje su na istoj strani političke podele kao i oni, ali koje su udaljenije od centra u poređenju sa glasačem. U ovom istraživanju poredi se primenljivost dva navedena modela na glasače u Srbiji. Empirijsku osnovu istraživanja predstavljaju podaci ispitivanja javnog mnjenja sprovedenog nakon majskih izbora 2012. godine na reprezentativnom uzorku punoletnih stanovnika Srbije (N = 1568). Rezultati pokazuju da je empirijska podrška za oba modela mala.*

**Ključne reči:** *ideologija, politički identitet, javno mnjenje, Srbija, spacijalni model*

---

<sup>1</sup> btodosijevic@idn.org.rs

<sup>2</sup> Tekst je rezultat rada na projektu „Društvene transformacije u procesu evropskih integracija: multidisciplinarni pristup“ (br. 47010), koji finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja Republike Srbije.

## Uvod i teorijski okvir

„Values are multifaceted standards that guide conduct in a variety of ways. They lead us to take particular positions on social issues and they predispose us to favor one ideology over another“ (Rokeach, 1973).

Prema klasicima u psihologiji, vrednosti su koordinate koje daju smisao i omogućavaju orijentaciju u društvenom i političkom svetu. Rokič definiše vrednosti kao „trajno uverenje da je određeni način ponašanja ili konačno stanje stvari lično ili društveno poželjnije nego suprotno ili drugačije držanje ili krajnje stanje stvari“ (1973, str. 5). U literaturi se vrednosti, njihova uloga u objašnjenju ponašanja, njihovo poreklo u skladu sa time i proučavaju, prvenstveno kao motivi i krajnji uzroci ponašanja i stavova. Međutim, vrednosti su, takođe, i (relativno) *trajne* karakteristike individue, kako to ističe Rokičeva definicija (vidi takođe i Furnham, 2001). Vrednosti se na taj način mogu posmatrati i kao bitni elementi ličnog i socijalnog identiteta. Rokič je stoga smatrao da su posledice vrednosti relevantne za gotovo sve pojave koje bi mogle biti zanimljive za društvene nauke. To se posebno odnosi na fenomen političkih ideologija.

Ovaj rad se bavi problemima političke ideologije, političkog identiteta i njihove veze sa političkim ponašanjem. Tokom već više od dva veka, u evropskom kulturnom prostoru centralna politička podela konceptualizuje se u terminima političke levice i desnice.<sup>3</sup> Pošto se ideologije mogu posmatrati i kao organizovani sistemi vrednosti, tako se i polovi dimenzije levica/desnice definišu centralnim vrednostima. Rokič (1973) je, na primer, smatrao da se ideologije mogu kategorisati na osnovu vrednovanja slobode i jednakosti. Tako bi socijalisti podjednako visoko vrednovali i slobodu i jednakost. Konzervativizam bi karakterisali pozitivno vrednovanje slobode i negativno vrednovanje jednakosti. Komunisti bi pozitivno vrednovali jednakost, a negativno slobodu, dok bi fašisti vrednovali obe vrednosti podjednako negativno.<sup>4</sup>

Istovremeno, ideologija je i izvor političkog identiteta. Pojedinci i grupe se opisuju, i samoopisuju, kao levičari, desničari, umereni ili ekstremni. Na taj način političke ideologije funkcionišu kao medijumi gde se ukrštaju socijalno relevantne vrednosti i socijalni identitet.

Jedan od centralnih problema kojim se bavi psihologija vrednosti jeste način uspostavljanja veze između opštih vrednosti i konkretnog

<sup>3</sup> U anglosaksonskim zemljama, termini liberalno i konzervativno takođe se često koriste.

<sup>4</sup> Empirijske provere uglavnom nisu podržale taj model. Kokrejn i saradnici (Cochrane, Billig & Hog, 1979), utvrdili su, na primer, da se levica i desnica razlikuju u stepenu vrednovanja jednakosti, dok slobodu jednako vrednuju svi.

ponašanja. Izbor ponašanja koje bi bilo u skladu sa apstraktnim vrednostima, često nije jednostavan. Posebno se uspostavljanje racionalne veze između vrednosti/ideologije i političkog ponašanja navodi često kao problematično. Postoji čitava tradicija istraživanja u politikologiji koja se spori oko toga da li je javnost dovoljno kompetentna da odgovori zahtevima kompleksnog političkog sistema kakve su savremene demokratije (Converse, 1964, Bishop et al., 1980, Somin, 2006, Zaller 1992, ).

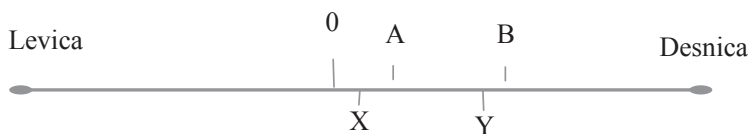
Konvers (Converse, 1970), na primer, tvrdi da javnost gledana u celini, uopšte i nema političke stavove, nego „ne-stavove“, te da odgovori koje ispitanici daju u anketama, najčešće nemaju nikakvog dubljeg osnova ni smisla. Drugi autori, međutim, nalaze ipak da javnost, ako ne na individualnom nivou ono barem na agregatnom, pokazuje karakteristike racionalnog opredeljivanja (Page and Shapiro, 1992).

U svetlu te debate, posebno je značajno da se analizira u kojoj meri javnost uspeva da uspostavi vezu između svojih vrednosnih uverenja i političke akcije. Ovde ćemo se, dakle, baviti, vezom između ideološke orijentacije izražene položajem na dimenziji leve/desnice, i političkog opredeljivanja, tj. glasanjem na parlamentarnim izborima u Srbiji 2012. godine.

Prema osnovnom modelu ideološkog (i racionalnog) glasanja, veza između ideologije/vrednosti i ponašanja koje vodi ostvarivanju vrednosti, ostvaruje se izborom, tj. glasanjem za partiju koja je glasaču ideološki/vrednosno najbližija. Pojednostavljeno, glasači određenog političkog identiteta biraju partije sa kompatibilnim identitetom i vrednostima. Ta veza je u istraživanjima operacionalizovana na više načina. Iz teorija racionalnog izbora proizašao je spacijalni model političkog ponašanja (Downs, 1957; za više informacija o spacijalnoj teoriji glasanja vidi Enelow & Hinich, 1984; Hinich & Munger, 1992; Merrill & Grofman, 1997, 1999; Westholm, 1997).

U originalnoj verziji ovog modela, koja se sada sreće pod nazivom proksimalni model spacijalne teorije izbornog ponašanja, glasači biraju partiju koja im je najbliža u apsolutnom smislu na dimenziji leve/desnice. U situaciji kao na Grafikonu 1, racionalan izbor za glasača A bila bi partija X, jer mu je ona najbliža ideološki.

**Grafikon 1.** *Ilustracija spacijalnih modela glasanja. Prema proksimalnom modelu, glasač A bira partiju X jer mu je najbliža. Prema direkcionalnom modelu, glasač A bira partiju Y jer ima izraženiji položaj na istoj strani ideološke dimenzije.*



Prema Merilu i Grofmanu, „proksimalni model [...] specifikuje da je utilitet opadajuća funkcija udaljenosti između glasača i kandidata“ (Merrill & Grofman, 1997: 30).<sup>5</sup> Formalno, utilitet za glasača izražen je sledećom formulom:

$$U(V, C) = -|V - C|^2,$$

gde su V i C vektori prostornih položaja glasača odnosno kandidata/partija (Ibid., jednačina 3, str. 30).

Ono što je potrebno za racionalnu političku odluku pod ovim modelom jeste da ispitanik zna svoj položaj na dimenziji, kao i relativno tačne položaje partija koje se javljaju na izborima. Pogrešna informacija o svojem ili položaju partija može da dovede do pogrešne odluke.

I pored toga što ovakvi zahtevi za kompetencijom glasača deluju minimalistički, istraživanja redovno prikazuju ‘prosečnog glasača’ kao slabo informisanog, nezainteresovanog i nekompetentnog. Pod uticajem takvih razmatranja, razvijen je alternativni model ‘prostornog’ glasanja, oslanjajući se na teoriju simboličke politike. Po ovom modelu, poznatom kao ‘Rabinovic–Mekdonald direkcionni model’, glasačko opredeljivanje određeno je *smerom* (direkcijom) i *intenzitetom* položaja glasača i kandidata/partije (Rabinovitz, 1991). Smer i intenzitet se u ovom modelu određuju u odnosu na neutralni, tj. centralni položaj. Na Grafikonu 1 bila bi to tačka 0. U tom primeru, za glasača u obzir dolaze partije X i Y. Ali pošto partija Y ima ‘intenzivniji’ ideološki profil, ona bi bila adekvatan izbor za tog glasača (a ne partija X kao u proksimalnom modelu). Formalno, direkcionni model izražen je sledećom formulom (Merrill & Grofman, 1997: 29, jednačina 1):

$$U(V,C) = VC = \sum V_i C_i.$$

Ovde se, dakle, utilitet dobija sumiranjem proizvoda pozicija kandidata i glasača – u odnosu na neutralni položaj. Pozitivan utilitet se dobija kada su partija i glasač na istoj strani ideološke podele. Po ovome modelu, ako je partija prostorno blizu u apsolutnom smislu, ali u suprotnom ideološkom taboru, poželjnija je partija iz ‘svog’ tabora pa makar udaljenost bila veća.

Ono po čemu je ovaj model manje zahtevan u odnosu na kompetenciju glasača jeste to što ovde glasači ne moraju da znaju tačan ideološki položaj svake partije. Od ključne je važnosti samo da znaju na kojoj se strani, da li na levisi ili desnici, nalaze partije i sopstvena uverenja, da bi se

<sup>5</sup> „Utilitet“ dolazi iz ekonomskog rečnika, i ovde bi označavao ‘vrednost’ ili ‘očekivanu korist od kandidata/partije’ za glasača.

mogla doneti adekvatna izborna odluka. Poznavanje relativne udaljenosti partija u odnosu na centar takođe je poželjno, ali se smatra da je od sekundarnog značaja.<sup>6</sup>

Kao i proksimalni model, i ovaj model je intenzivno ispitivan u empirijskim istraživanjima (e.g. Granberg and Gilljam, 1997; Iversen, 1994; Kramer and Rattinger, 1997; Macdonald et al., 1991; Maddens, 1996; Merrill, 1995; Merrill and Grofman, 1997; Rabinowitz, 1991; Westholm, 1997; Todosijević, 2005). Zaključak koji se tiče komparacije ta dva modela još nije konačan, ali u većini istraživanja oba modela pokazuju određeni uspeh u predviđanju izbornog ponašanja. Madens (Maddens, 1996), na primer, izveštava da i proksimalni i direkcioni model podjednako dobro predviđaju glasačko opredeljivanje, osim što se direkcioni bolje pokazao u predviđanju glasanja za ekstremnu desnicu.

U ovom istraživanju poredi se primenljivost dva navedena modela specijalnog glasačkog ponašanja na glasače u Srbiji. Empirijsku osnovu istraživanja predstavljaju podaci ispitivanja javnog mnjenja sprovedenog nakon majskih izbora 2012. godine. Prikupljeni podaci uključuju sve potrebne varijable: ideološko samopozicioniranje ispitanika, pozicioniranje političkih partija od strane javnog mnjenja, te varijable partijskog opredeljivanja (glasanje na izborima 2012. godine i simpatije prema političkim partijama).

## Metod

Empirijsku osnovu istraživanja predstavljaju podaci postizbornog istraživanja javnog mnjenja sprovedenog nakon izbora u maju 2012. godine na reprezentativnom uzorku punoletnih građana Srbije. Anketiranje je sprovedeno metodom 'lice u lice', uz pomoć kompjuterizovanog upitnika. Realizovani uzorak ima 1568 ispitanika. Statističke analize ovde predstavljene uključuju pondere namenjene kompenzaciji procedure uzorkovanja i reprodukciji demografskih karakteristika populacije.

## Varijable

*Samoidentifikacija sa levicom/desnicom.* Od ispitanika je traženo da se pozicionira na jedanaestostepenoj skali levice/desnice (0 – levo/ 10 – desno).

*Ideološko pozicioniranje političkih partija* određeno je nizom pitanja kojima je traženo od ispitanika da pozicioniraju srpske političke partije na skali levice/desnice. Pitanja su formulisana na sledeći način:

---

<sup>6</sup> Model koji je ovde prikazan jeste, prema Vestholmu, 'redukovana verzija direkcionog modela' (Westholm, 1997). Postoje i složenije varijante, ali nisu relevantne za potrebe ovog rada.

*Kada se govori o politici, ponekad se upotrebljavaju izrazi „LEVO“ i „DESNO“. Na skali od 0 do 10, gde 0 znači levo a 10 znači desno, gde biste postavili: [Srpsku naprednu stranku]?*

Kod operacionalizacije specijalnih modela glasanja, kao poseban problem nameće se određivanje 'istinskog' ideološkog položaja različitih partija. Za to ne postoji univerzalno prihvaćen metod. U pojedinim istraživanjima, pozicije se izvode na osnovu partijskih programa ili ekspertskih procena. U drugim istraživanjima, procene partijske elite uzimaju se kao merodavne. Todosijević (2005), na primer, određuje položaj partija na osnovu ankete predstavnika političkih partija u parlamentu. Međutim, najčešći je način da se pozicije izvode iz istraživanja javnog mnjenja, tako što se kao merodavna uzima prosečna procena položaja partija od strane celokupnog javnog mnjenja, tj. svih potencijalnih glasača (npr. Rabinovitz & Macdonald, 1989). Glavni argument za takvo rešenje jeste da to pozicioniranje predstavlja informaciju koja je došla do javnosti i koja je relevantna za izbornu odluku, bez obzira što može da se tvrdi da glasači mogu biti u zabludi o stvarnim ideološkim orijentacijama pojedinih partija. Takvo rešenje prihvaćeno je i u ovom radu. Dakle, prosečna ocena o položaju određene partije uzeta je kao mera stvarnog položaja te partije.

Partijske preferencije su utvrđene na dva načina. Jedan se odnosi na simpatije prema političkim partijama, i predstavljen je sledećim pitanjem: *Želeli bismo znati šta mislite o nekima od naših političkih stranaka. Nakon što pročitam ime političke stranke, molim Vas da je ocenite na skali od 0 do 10, gde 0 znači da vam se ta stranka uopšte ne sviđa, a 10 znači da vam se ta stranka veoma sviđa. Kako biste na istoj skali ocenili (Srpsku naprednu stranku – SNS)?*

Glasačko opredeljivanje utvrđeno je pitanjem o glasanju na parlamentarnim izborima u maju 2012. godine. Treba primetiti da se ovde radi o postizbornom istraživanju, tako da ispitanici izveštavaju o prethodnom činu glasanja, a ne o namerama.

## **Rezultati**

### **Položaji partija i glasača na dimenziji leve/desnice**

Ideološko pozicioniranje političkih partija od strane svih ispitanika, a zatim ispitanika grupisanih prema partijskom opredeljenju, kao i ideološke samoprocene glasača pojedinih partija, prikazani su u Tabeli 1. U prvoj koloni navedeni su prosečni skorovi celog uzorka ispitanika, i to su mere

‘stvarnog’ položaja partija. U drugoj koloni su procene položaja partija od strane samih glasača tih partija. U trećoj koloni su procene svih ispitanika koji nisu glasali za datu partiju. Konačno, u četvrtoj koloni su ideološke samoprocene glasača pojedinih partija. Ovde se može izneti nekoliko zapažanja. Što se tiče ‘istinskih’ pozicija partija, prvo treba napomenuti da se svaka pozicija statistički značajno razlikuje od neutralnog skora (skor 5 u ovom slučaju), na nivou  $p < .05$ , osim u slučaju DSS-a, gde je gornja granica intervala poverenja na neutralnom skor. Dakle, partije se opažaju kao ideološki opredeljene, ali je to opredeljenje vrlo blago izraženo – svi skorovi su blizu neutralnog skora, osim u slučaju SPS-a, koji ima izraženiji levičarski profil. Iz takve slabe ideološke diferenciranosti, može se već naslutiti da će specijalni modeli u ovom slučaju biti od ograničene koristi u predviđanju partijskog opredeljivanja. Takođe je zanimljivo da se samo SNS opaža kao partija na desnici, dok su sve ostale partije sa leve strane neutralne pozicije.

Sami glasači imaju donekle drugačije viđenje ideološkog položaja ‘svojih’ partija. U slučaju SNS-a, njihovi glasači vide tu partiju kao izraženije desničarsku nego opšta populacija. Međutim, u slučaju ostalih partija (osim SPS-a), razlika je fundamentalnija – dok je opšta populacija pozicionirala DS, LDP i URS na umerenoj levici, glasači tih partija postavljaju ih na umerenu desnicu. Dakle, radi se o suprotnom ideološkom usmerenju, što će posebno imati uticaja na direkcioni model. Specifičnost viđenja partijske ideologije samih glasača uočava se posebno kada se uporede druga i treća kolona, tj. pozicioniranje partija od strane glasača i neglasača istih partija. Tu se jasno vide razlike u percepciji. Ovo pitanje zaslužuje dalje istraživanje, ali je to izvan domena ovog rada.

*Tabela 1. Pozicioniranje političkih partija na skali leve/desnice*

Partija	Svi ispitanici	Glasači partija	Svi ostali	Samopozicioniranje glasača partija
DS	4.51	5.29	4.39	5.63
SNS	5.48	6.28	5.20	6.01
SPS	3.60	3.83	3.59	4.15
DSS	4.89	5.09	4.95	5.15
LDP/ Preokret	4.15	6.31	4.09	6.24
URS	4.33	6.17	4.27	6.16

Primedba: U tabeli su aritmetičke sredine, na skali od 0 do 10.

Konačno, rezultati u trećoj koloni pokazuju da se glasači pojedinih partija samopozicioniraju slično kao što sami pozicioniraju svoje partije. I ovde, kao i u drugoj koloni, samo se SPS javlja kao levičarska partija.

Tabela 2. Distanca političkih partija u odnosu na neutralnu tačku na skali levice/desnice

Partija	Svi ispitanici	Glasači partija	Samopozicioniranje glasača partija
DS	-0.49	0.29	0.63
SNS	0.48	1.28	1.01
SPS	-1.40	-1.17	-0.85
DSS	-0.11	0.09	0.15
LDP/Preokret	-0.85	1.31	1.24
URS	-0.67	1.17	1.16

Za direkcionu model bitni su položaji partija u odnosu na neutralnu tačku. Ti rezultati su prikazani u Tabeli 2. Negativni predznaci označavaju da se partija nalazi na levoj strani ideološkog kontinuuma. Podaci u prvoj koloni koriste se kao referentne mere pri izračunavanju utiliteta po principu direkcionog modela (računa se proizvod između odgovarajućeg skora iz tabele i individualnog ideološkog pozicioniranja svakog ispitanika). Na taj način dobija se varijabla koja operacionalizuje direkcionu efekt kombinacije glasač-partija. Kada se uporede kolone dva i četiri (stvarni položaji sa samopozicioniranjem glasača), vidi se da se u nekoliko slučajeva javlja razlika u predznaku. To znači da se partije i njihovi glasači nalaze na suprotnim stranama ideološke podele, kao što je primećeno ranije.

### Povezanost između ideološke bliskosti i partijskih preferencija

Uticaj ideološkog položaja na partijske preferencije analizira se na dva načina. Prvo analiziramo korelacije između partijskih preferencija (simpatije prema političkim partijama) i ideološkog položaja ispitanika prema direkcionom i proksimalnom modelu. Ovi rezultati su dati u Tabeli 3.

Tabela 3. Korelacije između simpatija prema političkim partijama i spacijalno definisanih utiliteta (proksimitet i direkcija)

	SNS	DS	SPS	DSS	LDP	URS
Proksimitet	.02	.03	.05	.01	.06	.05
Direkcija	.07 *	-.06	.08 *	-.08 *	-.02	-.03

\* $p < .05$ .

Prikazani koeficijenti uglavnom nisu statistički značajni, a oni koji jesu značajni, prilično su niski. Što se tiče proksimalnog modela, nijedan koeficijent nije značajan, što znači da ideološka blizina između ispitanika i političke partije nema nikakve veze sa simpatijama prema toj partiji.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Zanimljivo je da proksimitet određenim partijama korelira sa simpatijama prema nekim drugim partijama. Na primer, ideološka blizina SNS-u korelira sa simpati-



U slučaju direkcionog modela, nekoliko koeficijenata dostiglo je statističku značajnost. Simpatije prema partijama SNS i SPS u skladu su sa direkcionim modelom: što je ideološki položaj glasača i date partije izraženiji i ide u istom ideološkom smeru, to su simpatije izraženije. Kod SNS-a se radi o desnoj strani, a u slučaju SPS-a o levoj strani. U slučaju DSS-a, koeficijent je značajan, ali u negativnom smeru (koeficijent za DS je značajan na nivou  $p < .10$ , i isto ide u negativnom smeru). To znači da simpatije prema ovoj partiji rastu u skladu sa *suprotnim* ideološkim usmerenjem ispitanika. Konkretno, ispitanici pozicionirani više desno pokazuju izraženije simpatije prema ovoj partiji koja se, međutim, nalazi levo od centra, prema opštem uverenju. Slično je utvrđeno i za DS – i tu se javlja ideološka diskrepancija između simpatizera i same partije.

### Ideološke bliskosti i glasački izbor

Simpatije prema političkim partijama nesumnjivo su bitan aspekt političke orijentacije, ali ključna forma političkog ponašanje jeste glasanje na izborima. U nastavku predstavljamo rezultate s obzirom na glasanje na parlamentarnim izborima u maju 2012. godine. Veza između dva spacijalna modela i glasačkog opredeljivanja analizirana je uz pomoć analize varijanse, gde se poredi prosečni skorovi 'utiliteta' pojedinih partija za njihove glasače. Zbog obima statističkih rezultata, ovde će se samo grafički prikazati najvažniji i statistički značajni rezultati.

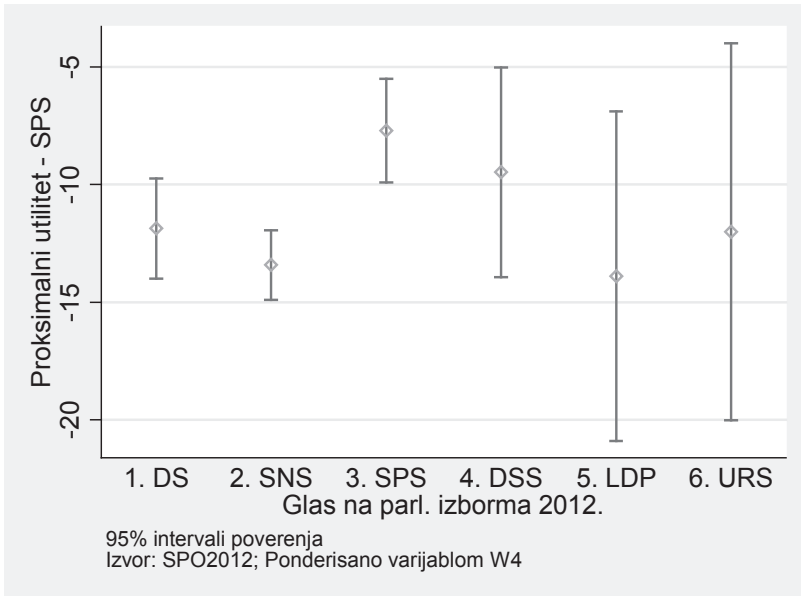
U slučaju proksimalnog modela, jedini statistički značajan efekat tiče se ideološke blizine SPS-u. Grafikon 2 prikazuje prosečne skorove i odgovarajuće intervale poverenja (na nivou  $p < .05$ ) na varijabli proksimiteta SPS-u. Vidimo da su statistički glasači SPS-a znatno ideološki bliskiji toj partiji nego glasači DS-a i SNS-a.<sup>8</sup> Dakle, proksimalni model dobro prikazuje ideološku bliskost partije i glasača u slučaju SPS-a, i ukazuje da se objašnjenje glasanja za ovu partiju može tražiti i u ideološkoj bliskosti. Sve to ne može se reći ni za jednu drugu analiziranu partiju i njene glasače.

Situacija je znatno drugačija u slučaju direkcionog modela. Ovde su statistički značajni efekti zabeleženi za svaku meru direkciono definisane ideološke kongurencije. Međutim, u skladu sa očekivanjima, efekti su samo za partije SNS i SPS, što je prikazano zajednički na Grafikonu 3. Ovde prvo vidimo da je direkciono definisani utilitet SNS-a pozitivan za glasače SNS-a, te da je statistički znatno viši i u odnosu na neutralnu poziciju i u odnosu na SPS. Dakle, prema ovom modelu, glasači SNS-a i SPS-a adekvat-

---

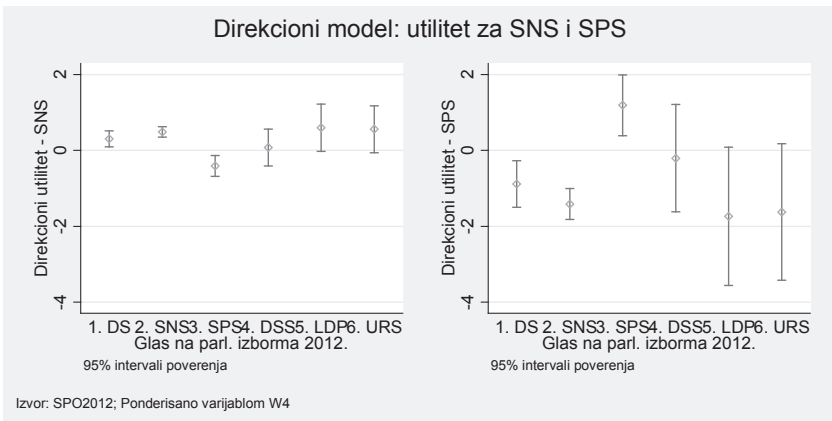
jama prema DS-u, LDP-u i URS-u (koeficijenti su  $r = .07, .09, .08, p < .05$ ). To je zbog opšteg mnjenja da je SNS desno orijentisana, dok su po mišljenju sopstvenih glasača i navedene tri partije na desnici.

<sup>8</sup> Zbog malog broja glasača DSS-a, LDP-a i URS-a, procena prosečnog skora u tim slučajevima praćena je širokim intervalima poverenja



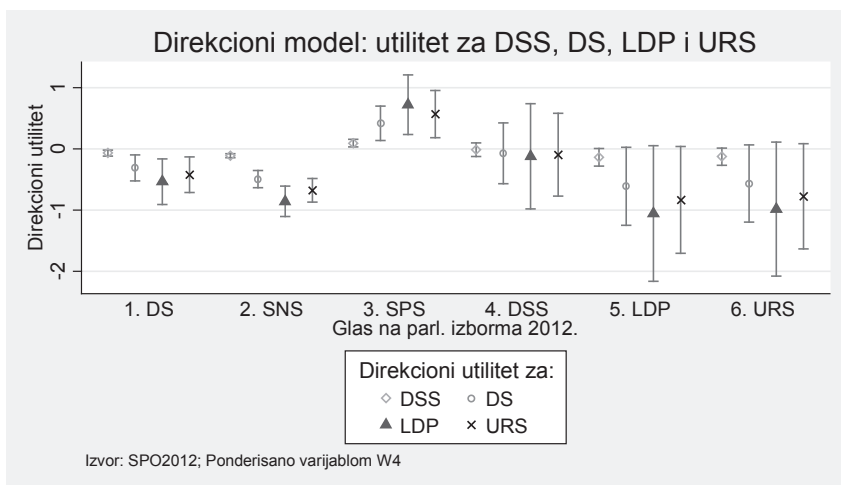
Grafikon 2. Prosečni skorovi i odgovarajući intervali poverenja na varijabli proksimiteta SPS-u

no se razlikuju. Istovremeno, utilitet je pozitivan i za glasače DS-a, što znači da je SNS prema ovom modelu, što se tiče ideološke pozicije, adekvatna partija i za DS. To je, naravno, odraz toga što su glasači obe partije samopozicionirani na desnici, ali bez značajne međusobne distance. Na drugom panelu vidi se da je utilitet SPS-a za sopstvene glasače pozitivan, i statistički znatno viši nego za glasače većine drugih partija. Dakle, i iz ovog ugla pokazuje se značaj ideološke diferenciranosti SPS-a.



Grafikon 3. Prosečni skorovi i odgovarajući intervali poverenja na varijabli direkcionog utiliteta u odnosu na SNS i SPS

Grafikon 4 pokazuje rezultate za četiri partije gde su rezultati u suprotnosti sa očekivanjima. Naime, direkciono definisani utilitet glasanja za partije DS, DSS, LDP i URS pozitivan je i znatno viši i u odnosu na neutralnu poziciju samo za glasače SPS-a. Prema ovim rezultatima, na primer, glasanje za DS nosi negativan utilitet, to jest, kada bi to bio jedini motiv glasanja, ono ne bi trebalo da se desi. Takav rezultat je, da ponovimo, posledica pozicioniranja DS-a na levoj strani, dok je težište njihovih glasača na desnoj.



*Grafikon 4. Prosečni skorovi i odgovarajući intervali poverenja na varijablama direkcionog utiliteta u odnosu na DS, DSS, LDP i URS*

## Diskusija i zaključci

Ova analiza je započeta sa ciljem da se utvrdi primenljivost proksimalne i direkcione varijante spacijalnog modela na izbornu ponašanje u Srbiji. U nizu ranijih istraživanja, ti su modeli dobijali veću ili manju empirijsku podršku. U ovom istraživanju, pokazalo se da je njihova primenljivost na izbornu ponašanje u Srbiji minimalna. Pozitivni rezultati, donekle za proksimalni model, a nešto izraženije za direkciono, dobiveni su za ideološko pozicioniranje partija i glasača SPS-a i SNS-a. U slučaju obe partije postoji konsenzus između njihovih glasača i opšte populacije o ideološkom položaju tih partija. Posebno je kongruencija izražena u pogledu levičarskog profila Socijalističke partije. U pogledu drugih analiziranih partija, opšta javnost i glasači pojedinih partija imaju drugačije mišljenje o ideološkoj orijentaciji tih partija. Konkretno, prema opštem mnjenju, na

levici su DS, LDP i URS, dok njihovi glasači sami sebe pozicioniraju desno od centra.<sup>9</sup> To je dovelo do toga da direkциони model predviđa negativan utilitet za glasače tih partija.

Slabost proksimalnog modela, koji nije osetljiv na položaj partija i glasača u odnosu na neutralnu poziciju, posledica je prvenstveno slabe ideološke diferencijacije srpskih partija u očima javnosti. Osim SPS-a, koji ima nešto izraženiji ideološki profil, sve ostale partije su pozicionirano blizu centra i međusobno blizu. Jednako tako se i glasači različitih partija samopozicioniraju skoncentrisano oko sredine skale. Na taj način, sve partije se javljaju kao podjednako blizu glasačima različitih partija.

Ideološka neizdiferenciranost partija i diskrepancija u ideološkom pozicioniranju glasača i partija, verovatno imaju korena u više faktora. Takvo stanje stvari delom može da bude odraz male relevantnosti dimenzije levice/desnice za političke podele u Srbiji. Činjenica je da se te ideološke odrednice retko sreću u izbornim kampanjama i javnom političkom diskursu o našim partijama. Kao i u prethodnim istraživanjima, SPS se javlja kao partija sa najjasnijim ideološkim profilom.

Drugi razlog može biti slaba informisanost opšte javnosti. Glasajući vide partije za koje glasaju slično kako vide i sopstvena ideološka uverenja. Sa jedne strane, to može da znači da 'ostali' nisu spremni da se upoznaju sa ideološkim karakterom partija (selektivno informisanje je opštepoznata tendencija). Sa druge strane, poznata je tendencija da glasači 'približavaju' stavove svojih partija sopstvenim uverenjima, najverovatnije motivisano potrebom za kognitivnom i ideološkom konzistencijom.<sup>10</sup>

Ipak, najveći uticaj na opšte rezultate ima nedovoljna ideološka diferenciranost partija. Jasno je da one same ne ulažu velike napore u jasnije ideološko profilisanje, posebno jer se u novijem periodu politička borba u velikoj meri vodila oko neideoloških pitanja, kao što su sklonost korupciji, kompetencija i slično.

Sa druge strane, partije mogu biti ideološki profilisane, ali ne u terminima levice i desnice. Na primer, relevantne dimenzije mogu biti nacionalizam ili autoritarnost. U načelu se očekuje da takve uže ideološke dimenzije ipak koreliraju sa dimenzijom levice/desnice. Prema pojedinim autorima, politička kompetencija da bi imala zaista demokratski karakter, u krajnjoj instanci treba da bude jednodimenzionalna. U slučaju multidimenzionalne kompetencije, glasači nemaju jasan izbor pošto bi utilitet varirao u zavisnosti od toga koja dimenzija je u pitanju. Istraživanja sprovedena u Srbiji generalno ukazuju na značaj kulturne dimenzije koja se različito definiše (na primer, Pantić and Pavlović, 2009), ali prema ovde

<sup>9</sup> DSS je takođe pozicioniran na desnicu, ali interval poverenja zahvata neutralnu poziciju.

<sup>10</sup> Taj fenomen je opisan pod imenom asimilacija (Merill et al., 2001).

prikazanim rezultatima, te dimenzije nisu integrisane u opštiju dimenziju levice/desnice.

Koje su implikacije dobijenih rezultata za demokratski karakter srpske politike? Normativna teorija, prvenstveno model 'odgovorne ideološke partije', podrazumeva ideološku diferenciranost partija, jer to omogućava javnosti da podrži željeni pravac u politici (Bernhardt et al., 2009; Pierce, 1999). Jedino ako glasači imaju pravu informaciju o smeru u kojem partije nastoje da vode politiku, moguće je da glasanje na izborima bude sredstvo za usklađivanje svojih vrednosti i društvene i političke realnosti. Nedostatak te veze može da vodi političkoj alijenaciji, izbornoj apstinenciji ili podršci nedemokratskim političkim alternativama.

Glavna zamerka ovom istraživanju mogla bi najverovatnije da se odnosi na definisanje 'stvarnog' ideološkog položaja partija. Kada bi se kao merodavna uzela procena samih glasača pojedinih partija, dobili bismo rezultate koji svedoče o većoj ideološkoj kongruenciji glasača i partija. Ipak, kao što je u uvodu navedeno, takvo definisanje bilo bi teorijski problematično, jer je za ideološki 'imidž' partije bitno i to šta misle i oni koji ne glasaju za tu partiju. U krajnjem slučaju, svi građani su potencijalni glasači svake partije, bez obzira koliko su tačne njihove percepcije političke ponude.

Ono što bi se moglo preporučiti za buduća istraživanja jeste da se analiziraju drugačije definisane ideološke dimenzije. Na primer, u pojedinim zemljama relevantna dimenzija označava se kao liberalizam nasuprot konzervativizmu. Glavni metodološki problem sa kojim bi se takav projekat susreo jeste u nalaženju adekvatnih podataka – za ispitivanje specijalnog modela potrebno je utvrditi kako položaje političkih partija tako i njihovih glasača.

## Literatura

Bernhardt, D., Duggan, J., & Squintani, F. (2009). The case for responsible parties. *American Political Science Review*, 103(04), 570–587.

Bishop, G. D., Hamilton, D. L., & McConahay, J. B. (1980). Attitudes and nonattitudes in the belief systems of mass publics. *Journal of Social Psychology*, 110(1), 53–64.

Cochrane, R., Billig, M., & Hogg, M. (1979). Politics and values in Britain: A test of Rokeach's two-value model. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 18(2), 159–167.

Converse, P. E. (1970). Attitudes and Nonattitudes. In E. R. Tuft (ed.), *The Quantitative Analysis of Social Problems* (pp. 168–189). Reading, MA.: Addison-Wesley.

Converse, P. (1964). The Nature of Belief Systems in Mass Publics. In D. Apter (ed.), *Ideology and Discontent* (pp. 206–61). New York: Free Press.

Downs, A. (1957). *An Economic Theory of Democracy*. New York: Harper and Row.  
 Enelow, J. M. & M. J. Hinich. (1984). *The Spatial Theory of Voting*. Cambridge: Cambridge University Press.

Furnham, A. (2001). Internalizing values and virtues. In F. Columbus (ed.), *Advances in Psychology Research* Vol. 6 (pp. 229–254). Nova Science Publishers: New York.

Granberg, D. & M. Gilljam. (1997). Implausible Hypothesis in the Directional Theory of Issue Voting. *European Journal of Political Research* 32: 31–50.

Hinich, M. J. and M. C. Munger. (1992). A Spatial Theory of Ideology. *Journal of Theoretical Politics* 4: 5–30.

Iversen, T. (1994). Political Leadership and Representation in West European Democracies: A Test of Three Models of Voting. *American Journal of Political Science* 38: 45–74.

Jennings, M. K. (1992). Ideological thinking among mass publics and political elites. *Public Opinion Quarterly*, 56(4), 419–441.

Kramer, J. & H. Rattinger (1997). The Proximity and the Directional Theories of Issue Voting: Comparative Results for the USA and Germany. *European Journal of Political Research* 32: 1–29.

Macdonald, S. E., O. Listhaug & G. Rabinowitz (1991). Issues and Party Support in Multiparty Systems. *American Political Science Review* 85: 1107–31.

Maddens, B. (1996). Directional Theory of Issue Voting: The Case of the 1991 Parliamentary Elections in Flanders. *Electoral Studies* 15: 53–70.

Merrill, S., III & B. Grofman (1999). *A Unified Theory of Voting: Directional and Spatial Models*. Cambridge: Cambridge University Press.

Merrill, S., III and B. Grofman (1997). Directional and Proximity Models of Voter Utility and Choice: A New Synthesis and an Illustrative Test of Competing Models. *Journal of Theoretical Politics* 9: 25–48.

Merrill, III, S., Grofman, B. & Adams, J. (2001). Assimilation and contrast effects in voter projections of party locations: Evidence from Norway, France, and the USA. *European Journal of Political Research*, 40, 199–221.

Pierce, R. (1999). Mass–Elite Issue Linkages and the Responsible Party Model of Representation. In W. Miller et al., (Eds.) *Policy Representation in Western Democracies* (pp. 9–32). Oxford: Oxford University Press.

Page, B. I., & Shapiro, R. Y. (1992). *The rational public: Fifty years of trends in Americans' policy preferences*. University of Chicago Press.

Pantić, D., & Pavlović, Z. M. (2009). *Political culture of voters in Serbia*. Belgrade: Institute of Social Sciences.

Rabinowitz, G. and S. E. Macdonald (1989). A Directional Theory of Issue Voting. *American Political Science Review* 83: 93–121.

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. The Free Press, New York, NY.

Somin, I. (2006). Knowledge about ignorance: New directions in the study of political information. *Critical Review*, 18(1–3), 255–278.

Zaller, J. R. (1992). *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Cambridge: Cambridge University Press.

Westholm, A. (1997). Distance versus Direction: the Illusory Defeat of the Proximity Theory of Electoral Choice. *American Political Science Review* 91: 865–83.

## IDEOLOGICAL IDENTITY AND VOTING BEHAVIOUR: A COMPARATIVE ANALYSIS OF DIRECTIONAL AND PROXIMITY MODELS OF PARTY PREFERENCES<sup>11</sup>

**Abstract:** *The concept of ideological left and right has a complex nature. On the one hand, the political left and right denote political goals and ideals, or in other words values. On the other hand, ideological categories of the left and right represent a form of political identity, relevant both for self-understanding of political actors and for political communication between them. Since the political left and right denote both value orientation and political identity, this ideological dimension appears as a key factor for understanding political behavior. Simply put, voters of a given political identity chose parties with compatible identities and value orientations. This connection has been operationalized in empirical research in a variety of ways. According to spatial models of political choice, voters chose parties based on their ideological location. In the proximity variant of the spatial model, voters select a party that is closest to them in the absolute sense. Directional model argues that voters chose parties that are on the same side of the ideological divide, and proportionally to the distance from the neutral position. This paper compares the applicability of the directional and proximity models of party preferences to voting behavior in Serbia. The study utilizes public opinion data collected after the 2012 parliamentary elections in Serbia based on a survey of a random sample of Serbian citizens (N=1568). Results suggest that the two models of spatial voting are poor predictors of party choice in Serbia.*

**Key words:** *ideology, political identity, public opinion, spacial model of voting*

---

<sup>11</sup> The paper is based on the resarch project: “**Social Transformations in the European Integration Process: A Multidisciplinary Approach**” (no. 47010), **Financed by: Republic of Serbia. Ministry of Science and Technological Development.**