

ПАРТІЙНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ СТРУКТУРУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ОРІЄНТАЦІЇ ГРОМАДЯН

Партійна ідентифікація є одним з головних чинників структурування політичних орієнтацій громадян стосовно політичних об'єктів (партій, об'єднань).

Поняття партійна ідентифікація в західній політичній літературі розглядається "як позиційна змінна, що означає відчуття приналежності індивіда до референтної політичної групи".

Партійну ідентифікацію виборця можна характеризувати за критеріями зовнішньої або внутрішньої орієнтації та рівнем стійкості.

Для багатьох людей інтерес до політики та партійна ідентифікація не стали важливою частиною життя. Участь у політичних акціях, виборах, активна політична діяльність є засобом підвищення соціального статусу, задоволення матеріальних потреб. Особа із зовнішньою партійною ідентифікацією може бути активним партійцем у певний економічно чи статусно вигідний їй момент. Коли ж ситуація змінюється не на користь підтримуваної ним партії, то такий "партійний функціонер" одразу ж одні прапори змінює на інші. Тобто, такий вид партійної ідентифікації прагматично використовується для особистої зручності та вигоди.

Внутрішня партійна ідентифікація не є засобом завоювання авторитету чи кар'єрного зростання, задоволення прихованих бажань тощо. Первинним для такої особи є мотив соціальної компетентності, дещо інтелектуалізований та емоційно забарвлений. Така особа може не бути членом партії, але вона відповідально й аргументовано здійснюватиме свій електоральний вибір. Ідентифікація з певною партією чи політико-ідеологічною течією слугуватиме

інструментом, а особа житиме у відповідності з цінностями цієї політичної ідеології.

За рівнем стійкості партійну ідентифікацію можна поділити на ситуаційну і надситуаційну. Перша пов'язана з актуальною політичною ситуацією. Вона реагує на маніпулятивні впливи професійних політичних акторів, які можуть "грати" на життєвих потребах значної частини населення. Надситуаційна партійна ідентифікація пов'язана з набутим політичним досвідом людини. Вона не так швидко змінюється, як ситуаційна, і чинить спротив маніпулятивним впливам ЗМІ, влади [5, с. 92].

Серед найбільш поширених емпіричних показників, за допомогою яких можна визначити партійну ідентифікацію, виокремлюють такі:

- визначення персональних і соціальних ідентифікацій за допомогою тесту "Хто Я в суспільстві?";
- розміщення власних ідеологічних цінностей на "праві – ліві";
- готовність віддати за певну партію свій голос, відповідаючи на запитання: "Якби вибори відбулися наступного тижня, то за яку партію (блок) ви б віддали голос?";
- близькість особистісних цінностей до програмних цілей та ідеологічних поглядів певної партії;
- самоідентифікація з певною ідеологічною течією [3, с. 42].

Партійна ідентифікація не означає формальної приналежності до партії, сплати внесків, активної участі в мітингах, зібраннях, акціях. Її елементи можуть репрезентуватися в просторі думок, оцінок, переваг певної партійної ідеології, з одного боку, та реальною поведінкою під час волевиявлення. Адже особа може симпатизувати конкретній партії чи блоку партій, але не голосувати за неї, оскільки ця партія має мало шансів на перемогу внаслідок низької популярності ідеологічної течії, якої вона дотримується. Те ж відбувається, якщо останні дії лідерів партії не задовольняють симпатиків, і тому більшість із них голосує за іншу партію, іншого лідера.

Проаналізуємо провідні підходи до дослідження впливу партійної ідентифікації на поведінку виборця через розгляд провідних підходів до самого терміну "поведінка виборця" ("електоральна поведінка"). Політична психологія запозичила його з методології біхевіоризму, де він означав видиму, дієву поведінку, тобто поведінку, за якою можна спостерігати.

Виборця можливо розглядати з різних точок зору. Наприклад, раціонально-інструментальний підхід розглядає виборця як "раціонально діючу людину" та як "споживача". Такий виборець здійснює свій вибір, не зважаючи на настанови та вплив об'єктивних факторів, а діє, лише раціонально осмислюючи політичну ситуацію, керується власними інтересами.

Такий виборець оцінює реальні кроки претендента, його досягнення, програмові позиції конкуруючих партій чи кандидатів з точки зору тих вигод, які він отримає у випадку перемоги тієї чи іншої. При цьому він (виборець) вираховує, наскільки один із можливих варіантів вигідніший для нього.

І тут на поміч раціональному виборцю приходить політична ідеологія, провідниками якої є політичні партії, громадські об'єднання, рухи, коаліції. Вони, на думку М. Дюверже, відповідно до провідної своєї функції, повинні інформувати населення про програму чи можливості кандидата. Цією інформацією та активними діями вони мають стимулювати вільний вибір, мобілізувати своїх членів та симпатиків задля досягнення певних політико-ідеологічних цілей, задоволення партійних інтересів. Виборець, який має більш-менш стійке уявлення про те, яким він хоче бачити облаштування суспільства, співвідносить свої уявлення з програмовими цілями партій, і, якщо вони співпадають, робить вибір на користь цієї партії [4, с. 248].

Другий підхід – соціологічний вважає, що провідною детермінантою формування партійних систем та поведінковим проявом особистісних симпатій до них є розподіл за статевою, етнічною, соціальною та конфесійною належністю, тобто соціально-статусна обумовленість політичного вибору індивіда.

Емпіричні дослідження, проведені вченими, зафіксували чітку взаємозалежність між класовою належністю та партійними симпатіями виборців. Так, представники привілейованих класів у багатьох випадках під час вибору певного політичного лідера чи групи будуть зацікавлені в збереженні правлячого режиму, стабільності чинних порядків. Представники робітничих професій зупиняють вибір на радикальному кандидатурі. Тобто, як бачимо, основою соціологічного підходу в поясненні політичного вибору лежать механізми ідентифікації за ознаками гендерної, класової та статусної подібності.

Немає сумніву, що такий підхід є важливим. Але він не є визначальним, оскільки існує значне коло соціально-політичних проблем, де належність до певного класу не відіграє суттєвої ролі. Особливо це стосується плюралістично-демократичних суспільств, у яких певні соціальні питання можуть об'єднувати як представників владної та фінансової еліти, так і носіїв маргінальних цінностей [2].

Основу маніпулятивного підходу становлять уявлення про залежність політико-ідеологічних позицій, настанов та орієнтацій людей як від переконуючого друкованого /електронного впливу ("обробки" засобами масової комунікації), так і від ступеня контролю електорального вибору владними інститутами, які можуть впливати на нестійкого виборця.

Маніпулятивний підхід дозволяє визначити два провідні типи сприймальної політичної активності людини: об'єктну і суб'єктну. Людина виступає як об'єкт, коли не може чи не прагне протидіяти впливові політичних рішень або дій суб'єктів політики (вождів, лідерів, президентів, політиків). Вона виступає суб'єктом, „коли вважає себе автором власного життя і починає активно боротися за свої соціальні права, за устрій, владу, курс і напрям соціального розвитку, які, на її думку, є найбільш прийнятними і перспективними для неї”. Зрозуміло, що таке оптимально активне ставлення до політичного життя людини формує залежно від багатьох чинників. До них можемо віднести соціально-індивідуальні, статусні, статево-рольові, вікові,

матеріальні чинники, рівень освіченості, відповідні поведінкові навички. В однієї людини соціальні чи політичні негаразди можуть збуджувати зовнішню соціальну (політичну) активність, інша ж обирає шлях пасивної вербальної чи внутрішньої незгоди з політичними діями гравців політики.

Політичним маніпулюванням владні органи можуть досягти того, що, по-перше, індивіди у своєму виборі обмежуватимуться лише запропонованою ними альтернативою; по-друге, інтенсивний цілеспрямований зовнішній тиск може вплинути на електоральний вибір. Водночас людині властиво не лише піддаватися впливу, тобто виступати в якості об'єкта, на якого спрямовано інформаційний вплив, але й бути реальним дієвим суб'єктом, здатним протидіяти цьому впливу засобом "фільтрації" інформації, яку він сприймає [1].

Отже, всі перелічені підходи до дослідження феномена електоральної поведінки торкаються питань впливу на неї механізму партійної ідентифікації.

Партійна ідентифікація як суспільний феномен виконує дві важливі функції: сприяє мобілізації прихильників, членів партії, залучаючи їх до певних дій, а також виконує функцію легітимації чинного режиму, впливає на його стабільність.

Партійна ідентифікація виступає свого роду маркером, що обумовлює думки, дії, настанови політично активних виборців. Вона є ніби екраном, через який відфільтровується інформація щодо кандидатів і партій, що суттєво впливає не тільки на електоральний вибір, а й на стійкість політичних поглядів. З іншого боку, для неактивного виборця зі слабкими відрефлексованими політичними орієнтирами і цінностями партійна ідентифікація служить чи не єдиним мотиватором електорального вибору.

Література:

1. Артемов Г.П. Мотивация электорального выбора [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://politanalysis.narod.ru/artymov1.html>
2. Барежнев В., Тиой И. Электоральное поведение: основные подходы и аналитические модели в Западной социологии [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.soc.pu.ru:8101/publications/conf97-1/tez11.html>

3. Бекешкіна І.Е. Партійні ідентифікації та партійні преференції як характеристики політичної свідомості / І.Е. Бекешкіна // Соціальні виміри суспільства. – Вип.5. – К.: ІС НАНУ, 2001. – С. 41-56.

4. Вишняк О.І. Динаміка ідеологічних ідентифікацій та електоральна поведінка / О.І. Вишняк // Соціокультурні ідентичності та практики. – К.: ІС НАНУ, 2002. – С. 247-258.

5. Попова О.В. Политическая идентификация в условиях трансформации общества / О.В. Попова. – СПб.: 2002. – 258 с.