

ЕКОНОМІКА

<https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-65-01>
УДК 338.2:005.1

Тамара Вікторівна Меркулова*

доктор економічних наук, професор
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна,
майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна
tammerkulova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3507-5593>

Марина Вікторівна Мартиненко*

доктор економічних наук, професор
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця,
просп. Науки, 9-А, Харків, 61166, Україна
mrnmartynenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4193-6716>

* Університет Барселони,
Gran Via de les Corts Catalanes, 585, Барселона, 08007, Іспанія

**ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ:
ЕФЕКТ ПАРТІЙНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ І УПЕРЕДЖЕНОСТІ**

Суспільна підтримка реформ є важливішим фактором їх успішного впровадження і навпаки, несприйняття суспільством певних заходів соціально-економічної політики не дозволить отримати очікувані результати, могут призвести до негативних побічних ефектів. У зв'язку з цим актуальним є дослідження причин того чи іншого ставлення громадян, факторів, що впливають на їх оцінку соціально-економічної політики. Дана робота присвячена таким аспектам цієї багатогранної проблематики, як партійної ідентифікація та ефект партійної упередженості, дослідження яких дуже активно просуваються зарубіжними науковцями, але поки що вкрай обмежено представлені у вітчизняних джерелах. В роботі представлений критичний огляд зарубіжних наукових джерел, присвячених даній темі; виділені основні гіпотези світових досліджень впливу партійної ідентифікації на громадську думку та ефекту партійної упередженості; відмічені особливості методології та узагальнені результати досліджень. Методологія, яку використовують зарубіжні фахівці для досліджень в галузі даної проблематики, ґрунтується на експериментальних методах, серед яких головне місце належить лабораторним експериментам. Лабораторний експеримент передбачає спостереження за поведінкою людей – учасників експерименту в строго контрольованих умовах, коли вплив неконтрольованих факторів обмежується до мінімуму. Такі експерименти є основним інструментом тестування гіпотез в зарубіжних дослідженнях партійної упередженості при оцінюванні громадянами соціально-економічної політики. Результати досліджень свідчать, з одного боку, про широкі можливості маніпулювання думкою громадян і суспільства у цілому за допомогою механізму партійної упередженості, а з іншого боку, про те, що коректна об'єктивна інформація про зміст конкретної політики може суттєво послабити ефект партійної упередженості. Зарубіжні дослідження доводять, що вплив партійних сигналів залежить від властивостей людей, змісту політики, політичних систем, характеристик партії. В Україні бракує власних досліджень у даній сфері, але з розвитком інститутів демократії, громадянського суспільства, політичної свідомості та активності громадян ці дослідження набувають актуальності для політичного та економічного життя українського суспільства.

Ключові слова: **соціально-економічна політика, партійна ідентифікація, ефект партійної упередженості, громадська думка, експериментальна економіка.**

JEL Classification: D9; D87; H00.

Як цитувати: Меркулова, Т. В., & Мартиненко, М. В. (2023). Оцінка соціально-економічної політики: ефект партійної ідентифікації і упередженості. *Соціальна економіка*, 65, 5-16. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-65-01>

In cites: Merkulova, T., & Martynenko, M. (2023). Socioeconomic policy evaluation: partisanship and partisan bias effect. *Social Economics*, 65, 5-16. doi: <https://doi.org/10.26565/2524-2547-2023-65-01> (In Ukrainian)

Вступ. Формування і реалізація соціально-економічної політики в державі демократичного устрою здійснюється за безпосередньої участі політичних партій, які можуть виступати ініціаторами певних реформ, пропонувати механізми їх реалізації, контролювати та відповідати за їх наслідки. Найважливіші державні інститути, насамперед, парламент і уряд, складаються із людей, які є, як правило, або членами, або прихильниками певних партій. Їх ставлення до заходів, що пропонуються або просуваються тією чи іншою партією, має значення для реалізації цих заходів, починаючи з формального затвердження до успішного впровадження і досягнення очікуваних результатів.

Але крім таких безпосередніх учасників формування та реалізації соціально-економічної політики є суспільство і громадська думка, яка інтегрує ставлення громадян, їх оцінку необхідності, доцільності, взагалі, правильності тих чи інших заходів для вирішення економічних та соціальних проблем. Суспільна підтримка реформ є важливішим фактором їх успішного впровадження і навпаки, несприйняття суспільством певних заходів соціально-економічної політики не дозволить отримати очікувані результати, призведе до негативних побічних ефектів. Одним із найбільш яскравих прикладів може бути податкова політика, а саме, заходи суворого оподаткування. Активна негативна реакція суспільства на подібні мери виражається в таких ефектах, як ухилення та/або уникнення оподаткування, розширення тіньового сектору економіки, вже як наслідок, зростання витрат на податковий контроль, поширення корупції тощо. Для політичних партій відсутність підтримки її заходів у середовищі своїх прихильників означає вірогідний програш на виборах.

Отже, формування громадської думки щодо оцінки соціально-економічних реформ є важливим завданням державного управління. У зв'язку з цим актуальними є питання про причини і фактори формування ставлення громадян до заходів соціально-економічної політики. Даній проблематиці присвячена обширна література, але в нашій роботі ми зосередимось на факторі партійної ідентифікації та ефекті партійної упередженості, дослідження яких дуже активно просуваються зарубіжними науковцями, але поки що вкрай обмежено представлені у вітчизняних джерелах. Отже, об'єктом нашого дослідження є формування громадської думки щодо оцінки соціально-економічних реформ, предметом – ефект партійної упередженості.

Мета і завдання, які ставлять автори в даній роботі, полягають в тому, щоб на підставі критичного аналізу зарубіжних наукових джерел окреслити основні гіпотези світо-

вих досліджень ефекту партійної упередженості, відмітити особливості їх методології та узагальнити результати з метою подальшого використання зарубіжного досвіду для розвитку досліджень даної проблематики та впровадження їх результатів в Україні.

Огляд літератури. Проблематика партійної ідентифікації у контексті формування суспільної оцінки соціально-економічної політики є дуже актуальною у зарубіжному науковому і фаховому середовищі. Основними питаннями, на які спрямовані дослідження, є наступні: власне концепція партійної ідентифікації (базові положення, гіпотези, підґрунтя), ефект партійної упередженості (причини, умови, фактори, що регулюють цей ефект), механізми впливу партійної ідентифікації (інструменти комунікації і партійні меседжі, фактори та сила їх впливу та ефективності).

Значний внесок в розробку концепції партійної ідентифікації зроблено в роботах (Campbell et al., 1960; Johnston, 2006; Petersen et al., 2015; Lavine et al., 2012; Smith et al., 2005; Nicholson, 2012). Можна відмітити певні праці вітчизняних дослідників, хоча їх небагато (Агаларова, 2014; Шачковська, 2017; Ротар, 2018; Локтіонова, 2009; Боднаров, 2012). Партійно-мотивованій аргументації присвячені роботи (Kunda, 1990; Bolsen et al., 2014). Серед перших досліджень, присвячених експериментальній перевірці впливу партійних меседжів на людей, була робота (Cohen, 2003). Різні аспекти впливу партійних меседжів розглядаються у працях (Brader et al., 2013; Coppock et al., 2018; Kuziemko et al., 2015; Ozer & Wright, 2022).

Далі основні положення і результати, що представлені в цих та інших роботах дослідників даної проблематики, розглядаються у контексті нашого дослідження і приведені по тексту основного матеріалу.

Методологія дослідження. Критичний аналіз зарубіжних концепцій заснований на методології позитивної економічної науки, зосереджуючись, перш за все, на емпіричних матеріалах і аргументації гіпотез, їх тестуванні і доведенні методами експериментальної та нейроекономіки. Дослідження спиралося саме на такі результати, які оцінювалися, як верифіковані з позицій позитивної методології.

Основні результати.

Концепція партійної ідентифікації та ефект партійної упередженості. З часів Кемпбелла, який назвав партію найважливішою агенцією, що формує думку (“an opinion forming agency of great importance”) (Campbell et al., 1960), численні дослідження впливу партій на сприйняття та оцінку людьми різних пропозицій та реформ ґрунтуються на концепції партійної ідентифікації

(partisanship) (Johnston, 2006; Petersen et al., 2015).

Окремої уваги потребує власне поняття партійної ідентифікації. Якщо говорити про вітчизняні джерела, то це поняття є достатньо популярним (Циганенко, 2004; Агаларова, 2014; Шачковська, 2017; Ротар, 2018; Локтіонова, 2009; Боднарів, 2012). Воно означає схильність людини до підтримки певної партії. В політичній психології підкреслюють, що ця схильність має психологічний характер (Боднарів, 2012), вона означає «відчуття приналежності індивіда до референтної політичної групи» (Циганенко, 2004, С.2). В (Агаларова, 2014) партійна ідентифікація розглядається як соціальний феномен. Слід відмітити дослідження (Шачковська, 2017; Ротар, 2018; Локтіонова, 2009), присвячені вивченню цього явища в конкретних умовах українських виборів.

Основна ідея концепції партійної ідентифікації полягає у тому, що партійна ідентифікація розглядається як основний спосіб, яким люди впорядковують свої судження про політику. Знання того, що політик належить певній партії, чи партія підтримує певну реформу, допомагає людям скласти думку про політику та реформу. (Bullock, 2020, p.1) Люди схильні приймати, схвалювати пропозиції тієї партії, з якою вони себе асоціюють, тим самим підтверджуючи свою самоідентифікацію. Отже, партійна ідентифікація відіграє значну роль у формуванні громадської думки (Lavine et al, 2012; Smith et al, 2005; Nicholson, 2012).

Які критерії використовує людина, коли оцінює будь-яку реформу, програму уряду? Природним припущенням є те, що вона, приймаючи рішення про її підтримку, аналізує її зміст і формує свою оцінку, виходячи із своїх індивідуальних уподобань: хтось вважає, що найважливішим є скорочення податків і він буде це підтримувати; для когось головним є охорона навколишнього середовища тощо. Проте приналежність до певної партії може змінити його думку у бік позиції, яку займає його партія з цього питання. Таким чином виникає явище партійної упередженості (partisan bias) при оцінюванні програм, заходів і реформ, які пропонуються різними партіями або представниками цих партій. Люди, які асоціюють себе з певною партією, можуть під впливом партійної «підказки» змінити свою думку, яку вони мали б, керуючись лише своїми особистими уподобаннями, знаннями та досвідом.

Таким чином, партійна ідентифікація (partisanship) породжує ефект партійної упередженості, який виражається у трансформації індивідуальної думки прихильника цієї партії у бік партійної позиції стосовно запропонованих програм та/або політиків. Ця теза,

яка, взагалі кажучи, є гіпотезою, піддавалася перевірці в численних зарубіжних дослідженнях, починаючи з кінця минулого століття.

У рамках цієї проблематики основними питаннями, на яких було зосереджено увагу, є такі: 1) чи існує ефект партійної упередженості та за яких умов він виникає; 2) які чинники мають вплив на цей ефект; 3) механізм впливу партійної ідентифікації на думку людей та її роль у формуванні суспільної думки.

Саме останнє питання є ключовим з прикладної точки зору. Розкривши механізм, яким політичні партії можуть «коректувати» думку і поведінку своїх прибічників, вони отримують реальні інструменти впливу на формування громадської думки.

В англійській літературі можна виділити два концептуальні підходи до вивчення впливу партійної ідентифікації на думку людей. Один із них ґрунтується на її евристичній функції: партійна ідентифікація служить найкоротшим шляхом для прийняття рішень прихильниками партії щодо оцінки різних заходів політики, підказуючи їм яку позицію слід зайняти, за кого голосувати на виборах тощо. Вона полегшує та спрощує процес аналізу, оцінювання та прийняття рішення прихильниками партії, заощаджуючи їх когнітивні зусилля (Brader et al., 2013; Green et al., 2002). Другий ґрунтується на концепції партійно-мотивованої аргументації (partisan motivated reasoning).

Партійно-мотивована аргументація.

Концепція мотивованої аргументації (motivated reasoning) використовується як у психології, так і в економіці, як спосіб розуміння того, як люди навчаються та реагують на інформацію, а також як механізм для пояснення поведінки, яка виглядає неоптимальною. Вона є актуальною у суспільних науках з кінця 20-го – початку 21-го століть (Kunda, 1990; Bolsen et al., 2014).

У загальному розумінні мотивована аргументація проявляється в тому, що люди прагнуть знайти аргументи на користь висновків, які вони хочуть отримати (Kunda, 1990). Мотивована аргументація – це емоційно-упереджений роздум, спрямований на досягнення певної мети, яка і мотивує людину. Залежно від характеру мети виділяють аргументацію, спрямовану на отримання точних висновків – це мотивація точності (accuracy goals) і мислення, спрямоване на підтримання певної думки (direction goals). (Lodge & Taber, 2000; Taber & Lodge, 2006).

Мотивація точності розглядається як міркування, яке прагне на основі наявної інформації зробити правильний висновок, тобто не допустити помилки. Мотивація мети обумовлено бажанням захистити свої переконання. Люди схильні позитивно оцінювати та приймати інформацію, яка відповідає їх дос-

віду та переконанням, і, навпаки, уникати чи негативно сприймати відомості, які їм не відповідають (Casado-Aranda et al., 2022). У такому типі мислення емоційна сторона (бажання) переважає логічну, керує міркуваннями людини, не дозволяючи їй критично реагувати на отриману інформацію.

До такого типу належить партійно-орієнтована аргументація, що ґрунтується на партійній ідентифікації людини. Вона спрямована на досягнення певного висновку, що узгоджується з цією ідентифікацією (Bolsen et al., 2014, p. 236). Прихильники партії можуть оцінювати позитивно реформи, якщо вони запропоновані цією партією, і негативно, якщо ті самі реформи ініціюють інші політичні сили (Druckman et al., 2013; Casado-Aranda et al., 2022). Таке мислення заважає людям критично сприймати інформацію, оцінювати її, сприяє тому, що вони пропускають важливу інформацію, яка б могла бути корисною (Druckman & Bolsen, 2011; Jerit, 2009; Lavine et al., 2012).

В аналізі впливу партійної ідентифікації людини на її думку та оцінку політики важливе місце займають дослідження, присвячені вивченню умов, за яких «включається» та працює партійно-орієнтована аргументація людини та які фактори є її модераторами. У (Bolsen et al., 2014) на основі проведених експериментів обґрунтовується кілька гіпотез щодо умов партійно-орієнтованої аргументації, серед яких такі положення.

1. Люди схиляють свою думку у бік оцінки, продемонстрованої його партією, якщо від них не вимагається обґрунтувань свого рішення, тобто їм не потрібно давати точної аргументованої відповіді. І навпаки, якщо людина перебуває в умовах, коли потрібно чітко обґрунтувати свою оцінку, партійна думка не чинить такого впливу (Bolsen et al., 2014, p. 248).

2. Люди значно активніше підтримують політику, коли існує позитивний консенсус декілька партій щодо неї. Навпаки, неузгоджена підтримка реформи з боку представників різних партій, коли вони демонструють свою окрему позицію, може суттєво знизити ефект партійно-орієнтованого мислення та, відповідно, вплив партійної позиції на формування громадської думки (Bolsen et al., 2014, p. 249).

3. Зазначається також, що партійно-орієнтоване мислення актуалізується у випадках, коли необхідно оцінити пропозиції, стосовно яких між партіями є конфлікт, тобто їх позиції дуже далекі або протилежні (Bolsen et al., 2014, p. 253).

Значна частина зарубіжної наукової дискусії про механізми партійної упередженості присвячена каналам, за допомогою яких партія інформує прихильників про свою полі-

тику, ідеологічну платформу, цілі та завдання, а також позиції щодо того чи іншого питання. Важливе місце серед цих каналів посідають партійні меседжі (party cues) та їх вплив на формування думки людей.

Партійні меседжі як фактор формування суспільної думки (Party cue effect).

У загальному випадку партійним меседжем можна назвати певну інформацію про позицію партії з того чи іншого питання, що у лаконічній формі доноситься до виборців. Вони є своєрідними сигналами, які допомагають людям орієнтуватися при формуванні свого ставлення до соціально-економічних реформ, які запроваджуються різними партіями.

Партійні меседжі виступають у різних формах. Це можуть бути партійні гасла, символіка, окремі висловлювання її лідерів, відповіді на актуальні виклики та конфлікти у суспільстві тощо. Серед каналів комунікації з виборцями партійні меседжі займають особливе місце завдяки лаконічності та доступності для сприйняття. Потенційно це може сприяти їх швидкому поширенню засобами масової інформації та соціальними мережами, що призводить до охоплення широкого кола виборців та робить їх зручним інструментом партійної пропаганди. Тому вивчення впливу партійних меседжів займає значне місце у зарубіжних дослідженнях цієї проблематики.

Численні роботи спрямовані на експериментальні докази, що партійна ідентифікація впливає на сприйняття партійних меседжів та оцінку людьми реформ, запропонованих партіями. Серед перших можна назвати дослідження (Cohen, 2003), в якому було показано, що люди ліберальних поглядів позитивно реагують на меседжі від партії демократів, а консервативних – схильні до сигналів республіканської партії.

В обширній літературі, присвяченій партійним меседжам, можна виділити основні питання, які мають важливе прикладне значення для оцінювання людьми реформ, запропонованих тієї чи іншої партією: 1) які фактори впливають на сприйнятливність прибічників партії до партійних меседжів; 2) чи є вони своєрідними когнітивними ярликами, які можуть донести інформацію найкоротшим шляхом; 3) чи можуть партійні меседжі доминувати над змістовною інформацією про захід (реформу).

Фактори. Виділяють різні групи факторів, від яких залежить сила та стійкість впливу партійних меседжів. Дослідження показали, що прийняття партійних сигналів може залежати від властивостей людей (Bullock, 2011; Kam, 2005), змісту політики (Coan et al., 2008), політичних систем (Brader et al., 2013), характеристик партії (Brader et al., 2013). У (Bullock, 2011) обґрун-

товується, що обидва фактори – партійний меседж та змістовна інформація про політику – є значущими, коли людина робить оцінку цієї політики, та підкреслюється значення політичної обізнаності (political awareness): з її зростанням послаблюється вплив партійних меседжів.

Щодо впливу політичних систем, у роботах, проведених за межами США, було відзначено послаблення ефекту партійних меседжів порівняно зі США (Bullock, 2011; Guntermann, 2019). Деякі дослідники пояснюють це фактором гетерогенності спільноти, яка підтримує ту чи іншу партію. Важливість фактору неоднорідності особливо проявляється у багатопартійних системах, і, відповідно, у країнах із такою системою. У (Merolla et al., 2008) на основі дослідження, проведеного в Канаді, де існує багатопартійна система, показано, що люди, що ідентифікують себе з певною партією, можуть підтримувати меседжі іншої партії.

У (Brader et al., 2013) досліджується вплив таких характеристик партії: ідеологічна ясність, довголіття та ставлення до чинної влади (ступінь участі у ній). Автори обґрунтовують аргументи на користь позитивного впливу перших двох характеристик. Вони виглядають пов'язаними факторами: з одного боку, партії з більш ясною ідеологічною платформою, як правило, є багаторічними. З іншого боку, з віком їх платформа стає більш чіткою та певною. У міру «старіння» партії виборці можуть стати впевненішими як у репутації партії, так і у своїй власній лояльності.

Третя характеристика партії, тобто її місце в структурі управління (чи є вона правлячою, чи має контроль в уряді), має суперечливі аргументи для обґрунтування впливу на силу партійних сигналів. З одного боку, правляча партія має більше можливостей продемонструвати свою позицію, зміцнивши свій авторитет конкретними справами, що підвищить довіру її прихильників та дієвість партійних меседжів. З іншого боку, уряди мають і правлячі партії разом з ними відповідають за реалізацію політики, а також за реакцію на актуальні виклики сьогодення. Амбітні плани та привабливі ідеї стикаються з прагматикою реального життя, новими невідкладними завданнями, і в результаті реалізація запланованих програм може відхилитися від намічених показників. Уряду, партійним функціонерам майже неминуче доводиться приймати рішення та дії, що порушують передвиборчі обіцянки, не відповідають очікуванням, часто завищеним, своїх прихильників. Ці відхилення розмивають ясність ідеологічної платформи партії, призводять до певного розчарування і, як наслідок, ослаблення сприйнятливості людей до партійних меседжів.

Опозиційні партії не мають тягаря реалізації політики і можуть зосередитися на ідеях та критиці уряду, а це, у свою чергу, дозволяє їй підтримувати більш послідовний, чіткий ідеологічний імідж, зміцнюючи лояльність своїх прихильників (Brader et al., 2013, p. 1489-1491).

Таким чином, з одного боку, ці аргументи говорять на користь того, що опозиційні партії мають бути в кращому положенні, щоб впливати на думку своїх прихильників, тому що, по-перше, у них більше можливостей відстоювати чітку позицію щодо тієї чи іншої політики, по-друге, вони не скомпрометовані поточними невдачами та відступом від передвиборчих обіцянок. Проте, з іншого боку, виборці можуть не надто довіряти опозиційним партіям. На відміну від чинної влади, опинившись в опозиції, партіям можна менше дбати про реальність своїх планів, можливості їх реалізації. У питаннях критики чинного уряду та правлячої партії вони також можуть ігнорувати об'єктивні обставини, висувати популістські пропозиції та рекомендації фактично без відповідальності. Виборці можуть усвідомити цю проблему зобов'язань і сприймати сигнал, що подається партіями, які не беруть участі в управлінні, як пустослів'я ("cheap talk") (Brader et al., 2013, p. 1490).

Викладені аргументи були протестовані як гіпотези в експериментах, проведених у трьох багатопартійних демократіях (Польща, Угорщина та Великобританія), що дозволило авторам дійти таких висновків (Brader et al., 2013, p. 1508). У трьох різних багатопартійних демократіях було знайдено докази того, що (а) партійні сигнали з більшою ймовірністю впливають на думки прихильників старих політичних партій, ніж молодших політичних партій; (б) партійні сигнали з більшою ймовірністю впливають на думки прихильників опозиційних партій, ніж правлячих партій; (в) вплив партійних сигналів на прихильників зменшується зі зниженням ідеологічної ясності партії. При цьому було виявлено, що має значення комбінація характеристик: ідеологічна ясність і правляча позиція впливають більше на сприйняття партійних меседжів, ніж вік партії.

Ці результати мають важливе значення для розуміння ефекту партійної упередженості в нових демократіях: партійна упередженість може розвиватися швидше в нових демократіях, і іноді бути менш стабільною в країнах зі стійкою демократією (всупереч більш раннім припущенням дослідників (Converse, 1969)). Цей висновок також узгоджується з висновками, зробленими у роботі, присвяченій сили прийняття партійних сигналів (Brader et al., 2013).

Когнітивні ярлики (cognitive shortcuts). Однією з найважливіших ідей політичної пси-

хології останніх десятиліть, можливо, є те, що партійні сигнали – це «когнітивні ярлики», які допомагають людям економити зусилля при прийнятті рішень. Це відповідає когнітивному підходу до аналізу ефекту партійної упередженості, про який мова йшла вище, розкриттю механізму впливу партійної ідентифікації на думку людей щодо тієї чи іншої реформи. Тому політичні меседжі називають найкоротшим шляхом ухвалення рішень.

Разом з тим, експерименти показують, що люди не використовують партійну думку як спосіб полегшити свої зусилля та скоротити час на міркування та ухвалення рішення. Дійсно, партійні сигнали можуть заощаджувати зусилля шляхом скорочення пошуку інформації та її обробки. Однак партійні репліки не є «найкоротшим шляхом» в тому сенсі, що люди не скорочують часу на обробку інформації про політику, коли вони мають таку інформацію (Bullock, 2011, р. 513). Навпаки, експерименти показали, що за наявності партійної підказки респонденти витрачають більше когнітивних зусиль (Bolsen et al., 2014, р. 250).

Інформаційне домінування. В рамках порівняльного аналізу впливу партійних меседжів та змістовної інформації про політику на формування громадської думки значне місце належить дослідженням стійкості ефекту партійних меседжів. Дійсно, якщо це миттєвий нестійкий ефект, то вплив партійних меседжів дуже обмежений і не вартий уваги. З одного боку, навіть якщо партійні сигнали можуть надавати сильний початковий вплив на велику кількість людей, цей вплив може бути більш короткочасним, ніж вплив змістовної політичної інформації. З іншого боку, вплив останньої, певне, поширюється на меншу аудиторію. У (Tarrin & Hewitt, 2021) повідомляється про результати експерименту з панельним опитуванням, у ході якого дорослі американці були випадково ознайомлені з партійними репліками з п'яти питань сучасної політики США під час початкового опитування і висловили свою думку. Наступне опитування, проведене через три дні, знову дозволило з'ясувати їхню думку. Було виявлено, що при наступному спостереженні вплив партійного сигналу зберігається на рівні ~ 50% від початкової величини. Підкреслимо, що дизайн експерименту виключав, що учасники просто пам'ятали, як вони раніше відповіли. Результати експерименту показують, що такі короткочасні сигнали можуть значний вплив навіть на людей, які не пильно стежать за політикою, але час від часу стикаються з партійними репліками з різних питань (Weeks et al., 2022). Дані про стійкість інформаційних ефектів, що можуть зберігатися достатньо довго, підтверджуються у низці досліджень, зокрема (Sorrock et al.,

2018; Kuziemko et al., 2015).

Висновки про стійкість ефекту партійних меседжів мають суттєве значення для питання про те, чи можуть партійні меседжі домінувати над змістовною інформацією про заходи соціально-економічної політики (Ozer & Wright, 2022). Крайня позиція з цього питання знайшла вираз у назві статті Джефрі Кохена «Партія над політикою: домінуючий вплив групового впливу на політичні переконання» (Cohen, 2003). Вона підтримувалася у низці робіт кінця минулого століття (огляд можна знайти в (Bullock, 2011)). Так в (Rahn, 1993, р. 492) стверджується, що люди ігнорують інформацію про зміст політики, навіть коли вона їм відома, а орієнтуються на партійні ярлики, роблячи свої висновки та оцінки.

Однак у пізніших роботах ця теза (гіпотеза) зазнала додаткових досліджень. Хоча в низці досліджень зазначається, що партійні меседжі можуть мати певну стійкість, що в сукупності з їх властивостями поширення та охоплення виборців підвищує їхню потенційну здатність впливати на формування громадської думки щодо тієї чи іншої реформи, проте цього недостатньо, щоб вони могли домінувати над інформацією щодо змісту цієї реформи.

Bullock (2011, р. 512-513) зазначає, що здатність політичної еліти вводити громадян в оману за допомогою партійних меседжів обмежена, принаймні, коли громадяни мають іншу інформацію, на якій вони ґрунтують свої судження. Це дає підстави для більш оптимістичного висновку щодо спроможності громадян при оцінці політики використовувати змістовну інформацію про неї, якщо вона їм відома.

Ефект партійної упередженості був виявлений в дослідженнях різних актуальних проблем, які мають важливе практичне значення. Прикладом є аналіз ставлення громадян в різних країнах до політики урядів в галузі охорони здоров'я, зокрема протиепідемічних заходів під час COVID 19 (див. огляд (Germa Bel et al., 2023)). Дослідження показують, що партійна упередженість має значний вплив на думки людей навіть в ситуаціях, коли оцінюються заходи, пов'язані з їх здоров'ям і ризиком життя (Geana et al., 2021; Gadarian et al., 2021).

Методологія досліджень ефектів партійної ідентифікації і упередженості. Виявити ефект партійної упередженості, довести його існування є дуже складним завданням, яке не можна виконати шляхом традиційного соціологічного опитування, статистичними або економетричними методами. Тому варто звернути увагу на методологію, яку використовують зарубіжні фахівці для досліджень в галузі даної проблематики. Вона ґрунтується головним чином (якщо не ска-

зати – виключно) на експериментальних методах. Зокрема, всі гіпотези, висновки і результати, які обговорювалися вище, були отримані, обґрунтовані і доведені за допомогою лабораторних або польових експериментів. У зв'язку з цим слід згадати розвиток цієї методології у суспільних науках і, зокрема, економіці (Kagel & Roth, 1995).

Розповсюдженням є ставлення до економіки як до неекспериментальної науки¹, хоча взагалі кажучи будь-яку економічну реформу можна вважати експериментом. Але це натурні або польові експерименти (field experiments). Коли ми говоримо про експериментальну економіку, то, насамперед, мова йде про лабораторні експерименти (classroom experiments) (Smith, 1994). Лабораторний експеримент передбачає спостереження за поведінкою людей – учасників експерименту в строго контрольованих умовах, коли вплив неконтрольованих факторів обмежується до мінімуму.

Бурхливий розвиток експериментальної економіки наприкінці минулого століття обумовив активне розповсюдження експериментальних методів в соціальних науках, виводячи доведення висновків і достовірність результатів на новий рівень (Jacquetet & L'Haridon, 2018). Достатньо згадати, що з початку 21 століття нобелівська премія з економіки двічі була присуджена за відкриття в експериментальній (Сміт & Канеман, 2002) та поведінковій економіці (Талер, 2017), тому можна вважати експериментальну методологію мейнстрімом в сучасних економічних та соціальних дослідженнях.

Що стосується проблематики партійної ідентифікації та упередженості, майже всі представлені в англійській літературі результати отримані за допомогою експериментальних методів, тобто гіпотези про вплив факторів партійної ідентифікації та виявлення ефекту упередженості перевіряються шляхом експериментів. Як правило, експерименти проводяться у формі опитування, але воно має суттєві відмінності від соціологічного опитування. Головною умовою експерименту є поділ пулу учасників на групи. Контрольна група знаходиться в умовах, які виключають вплив фактору, що тестується (наприклад, не отримує спеціальної інформації), інша група (експериментальна, treatment group) піддається впливу даного фактору (таких груп може бути декілька у залежності від числа факторів, що вивчаються в експерименті).

Відхилення поведінки учасників експериментальної групи від контрольної показує наявність та силу впливу фактору.

Як приклад, можна привести базовий дизайн експерименту відомого як «Party cue experiment» (див, зокрема, (Tappin & Hewitt, 2021; Petersen et al., 2015)). Цей експеримент (з певними модифікаціями дизайну згідно завдань дослідження) широко використовується для тестування гіпотез щодо впливу партійної ідентифікації на ставлення громадян до заходів соціально-економічної політики та їх оцінку її результатів і виявлення ефекту партійної упередженості. Учасникам доводиться інформація про певні заходи (це можуть бути будь-які зміни в оподаткуванні, правилах дорожнього руху, допомозі певним верстам населення, екологічному законодавстві тощо), і вони мають висловити свої ставлення до цих заходів (або їх результатів). Як правило, для відповіді використовуються шкали, наприклад, від 0 «повністю не підтримую» до 5 «повністю підтримую». Для експериментальної групи доводиться додаткова інформація: кожний захід супроводжується партійною символікою (слоганом) або прізвиськом лідера (відомого члена партії). Вони відіграють роль маркера (меседжа, party cue), який пов'язує цей захід з певною партією.

Контрольна група має анонімну інформацію про заходи, тобто учасники не отримують партійних сигналів. Статистично значиме відхилення результатів оцінювання між групами свідчить про вплив партійної упередженості.

Нейро-біологічні експерименти. Сучасним напрямком досліджень проблематики партійної упередженості є нейро-біологічні експерименти. Ці дослідження є міждисциплінарними і належать до напряму нейроекономіки (neuroeconomics), який є розвитком експериментальної економіки в останні десятиліття (Glimcher et al., 2009). У (Petersen et al., 2015) представлені результати експерименту з виявлення прихильності людей до певних партій або політичних сил на підставі фізіологічної реакції на партійну символіку. Зазвичай це робиться шляхом самоідентифікації учасників експерименту (вони відповідають, прибічниками якої партії вони себе вважають).

Експериментально було встановлено, що люди зазнають фізіологічних сигналів різної сили від партійної символіки: сильна реакція свідчила про лояльність людини до цієї партії. Було виявлено зв'язок цієї реакції із сприй-

¹ “Economists are sometimes confronted with the charge that their discipline is not a science. Human behavior, it is said, cannot be analyzed with the same objectivity as the behavior of atoms and molecules. Value judgements, philosophical preconceptions, and ideological biases must interfere with the attempt to derive conclusions that are independent of the particular economist espousing them. Moreover, there is no laboratory in which economists can test their hypotheses. Moreover, there is no laboratory in which economists can test their hypotheses.” (Encyclopedia Britannica (1991, p. 395), цитовано по (Douglas & Charles, 1993))

няттям партійних меседжів: лише ті учасники, які отримували сильні фізіологічні сигнали від символіки певної партії, підтримували меседжі цієї партії. Таким чином, було показано, що ефект партійних меседжів має не лише раціональні пояснення, але залежить і від афективних реакцій.

У цьому вся наперед слід відзначити роботу (Casado-Aranda et al., 2022). Це дослідження також стосується ефекту упередженості та мотивованої аргументації, яка має різні прояви. У цьому дослідженні розглядається упередженість ставлення людей до державного та приватного сектору та, відповідно, до комплексу питань приватизації та націоналізації. Слід підкреслити, що ця упередженість корелює з нашим предметом - партійною упередженістю, оскільки співвідношення приватного та державного секторів відноситься до ключових питань соціально-економічної політики, і практично будь-яка партія, яка претендує на послідовну ідеологічну платформу, змушена визначитися з питань політики приватизації та націоналізації.

Автори (Casado-Aranda et al., 2022) використовували інструментарій нейрофізіології (функціональну магнітно-резонансну томографію) для з'ясування нейробіологічних основ сприйняття ефективності державного сектору. Отримані нейронні дані показують, що мозкові мережі, пов'язані з винагородою та позитивними цінностями, забезпечують нейробіологічне пояснення упередженості на користь державного сектору, тоді як нейронні механізми, пов'язані з огидою, ризиком, двозначністю та мотивованими міркуваннями, пов'язані з упередженням проти державного сектору.

Дослідження припускають, що основним джерелом упередженості є вплив колишніх переконань та досвіду. Наприклад, негативний стереотип державного сектору може виникати з край критичного ставлення, що генерується засобами масової інформації, політиками, негативного досвіду існування державного сектору (низька ефективність, негнучкість, бюрократія та відсутність прозорості) або політичної ідеології людини (Casado-Aranda et al., 2022). Також відзначається негативне ставлення до приватного сектору, яке підтримується інформацією, що, незважаючи на нижчі ціни, приватні постачальники послуг не забезпечують більш високої продуктивності та надмірно орієнтовані на отримання прибутку, не звертаючи уваги на справедливість чи орієнтованість на громадян (Bel & Esteve, 2020).

Нажаль, в українському науковому просторі поки що методи експериментальної економіки (а тим паче нейроекономіки) не набули того значення, яке вони мають у світовій науці. Проте, вивчення зарубіжного досвіду в

цієї галузі і розвиток експериментальних досліджень в суспільних науках в Україні є необхідною умовою інтеграції у світовий науковий простір.

Висновки. Зарубіжні дослідження впливу партійної ідентифікації на ставлення громадян до заходів соціально-економічної політики, які пропонуються представниками різних партій, зосереджені на таких основних питаннях: 1) чи існує ефект партійної упередженості та за яких умов він виникає; 2) які чинники мають вплив на цей ефект; 3) механізм впливу партійної ідентифікації на думку людей; 4) роль партійної упередженості у формуванні суспільної думки. Гіпотези, які формуються у відповідь на ці питання, перевіряються, головним чином, за допомогою експериментальних методів. Одним із найбільш відомих та поширених у дослідженнях є «Party cue experiment», за допомогою якого вивчається вплив партійних сигналів (меседжів, символіки тощо) на оцінювання громадянами соціально-економічної політики. Результати досліджень свідчать, з одного боку, про широкі можливості маніпулювання думкою громадян і суспільства у цілому за допомогою механізму партійної упередженості, а з іншого боку, про те, що коректна об'єктивна інформація про зміст конкретної політики (заходу, реформи) може суттєво послабити ефект партійної упередженості. Дослідження показали, що партійні меседжі можуть мати певну стійкість, що в сукупності з їх властивостями поширення та охоплення виборців підвищує їхню потенційну здатність впливати на формування громадської думки щодо тієї чи іншої реформи, проте цього недостатньо, щоб вони могли домінувати над інформацією щодо змісту цієї реформи. А це, у свою чергу, актуалізує проблему забезпечення громадян такою інформацією: своєчасність та оперативність доставки, шляхи розповсюдження, зручна для сприйняття форма подання та інші аспекти.

Практика формування суспільної думки в Україні дозволяє припустити, що здобутки і висновки зарубіжних досліджень даної проблематики застосовуються у нашій країні, але не завжди це дає очікуваний ефект. Зарубіжні дослідження доводять, що вплив партійних сигналів залежить від властивостей людей, змісту політики, політичних систем, характеристик партії. А це означає необхідність вивчення даних факторів, а можливо, і відкриття нових, в умовах нашої країни. В Україні бракує власних досліджень у даній сфері, які б дозволили виявити особливості партійної ідентифікації і упередженості та їх впливу на оцінку громадян заходів соціально-економічної політики і формування суспільної думки в нашій країні. Але з розвитком інститутів демократії, громадянського суспільс

тва, політичної свідомості та активності громадян ці дослідження набувають актуальності для політичного та економічного життя суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Campbell A., Converse P., Miller W., Stokes D. *The American Voter*. New York : Wiley, 1960. 573 p.
2. Johnston R. Party identification: Unmoved mover or sum of preferences? *Annual Review of Political Science*. 2006. Vol. 9, no. 1. Pp. 329–351. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.9.062404.170523>
3. Petersen M. B., Giessing A., Nielsen J. Physiological responses and partisan bias: beyond self-reported measures of party identification. *PLoS one*. 2015. Vol. 10, no. 5. Pp. e0126922. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0126922>
4. Циганенко Г. Парти́йна ідентифіка́ція та електоральна поведінка. *Соціально психологія*. 2004. № 2(4). С. 61–70.
5. Агаларова К. А. Політико-ідеологічна ідентифікація як наукове поняття та соціальний феномен. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2014. № 1122. С. 29–32.
6. Шачковська Л. С. Парти́йна ідентифіка́ція як один із чинників структурування політичної орієнтації громадян. *Вплив суспільних наук на процес розвитку суспільства: можливе та реальне* : матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 3-4 березня 2017 р. Київ: ГО «Київська наукова суспільствознавча організація», 2017. С. 97–102.
7. Ротар Н. Парти́йна самоідентифіка́ція чернівецької громади на парламентських виборах 2002–2014 рр. *Наукові записки Інституту політичних та етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України*. К. : ПІЕНД, 2014. Вип. 3 (77). С. 90–120.
8. Локтіонова Д. Парти́йна ідентифіка́ція громадян України під час парламентських виборів 1998, 2002, 2006 та 2007 рр. *Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї*. Київ, 2009. Вип. 15. С. 200–208.
9. Боднарів О. Г. Політична поведінка в організованих та стихійних формах. *Наукові записки*. 2012. Вип. 12, част. I. С. 283–287.
10. Bullock J. G. Party Cues. *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion/* in Elizabeth Suhay et al. (Eds.). Oxford, 2020. Pp. 129–150. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190860806.013.2>
11. Lavine H., Johnston C., Steenbergen M. The ambivalent partisan: How critical loyalty promotes democracy. Oxford : Oxford University Press, 2012. DOI: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199772759.001.0001>
12. Smith J. R., Terry D. J., Crosier T. R., Duck J. M. The Importance of the Relevance of the issue to the group in voting intentions: The case of the Australian Republic Referendum. *Basic and Applied Social Psychology*. 2005. Vol. 27, № 2. Pp. 163–170. DOI: https://doi.org/10.1207/s15324834bas2702_7
13. Nicholson S. P. Polarizing cues. *American Journal of Political Science*. 2012. Vol. 56, № 1. Pp. 52–66. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00541.x>
14. Brader T., Tucker J. A., Duell D. Which parties can lead opinion? experimental evidence on partisan cue taking in multiparty democracies. *Comparative Political Studies*. 2013. Vol. 46, № 11. Pp. 1485–1517. DOI: <https://doi.org/10.1177/0010414012453452>
15. Green D., Palmquist B., Schickler E. Partisan hearts and minds: Political parties and the social identities of voters. New Haven, CT : Yale University Press, 2002. 288 p.
16. Kunda Z. The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108, № 3. Pp. 480–498. DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
17. Bolsen T., Druckman J. N., Cook F. L. The influence of partisan motivated reasoning on public opinion. *Political Behavior*. 2014. Vol. 36, № 2. Pp. 235–262. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9238-0>
18. Lodge M., Taber C. S. (2000). Three steps toward a theory of motivated political reasoning. *Elements of Reason*. in A. Lupia, M. D. McCubbins, & S. L. Popkin (Eds.). Cambridge, 2000. Pp. 183–213.
19. Taber C., Lodge M. Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*. 2006. Vol. 50, № 3. Pp. 755–769. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>
20. Casado-Aranda L. A., de la Higuera-Molina E. J., Sánchez-Fernández J. et al. Neural bases of sector bias in perceptions of public versus private-sector service performance. *Polit Behav*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09803-4>
21. Druckman J. N., Peterson E., Slothuus R. How elite partisan polarization affects public opinion formation. *The American Political Science Review*. 2013. Vol. 107, № 1. Pp. 57–79. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0003055412000500>
22. Druckman J. N., Bolsen T. Framing, motivated reasoning, and opinions about emergent technologies. *Journal of Communication*. 2011. Vol. 61, № 4. Pp. 659–688. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01562.x>
23. Jerit J. How predictive appeals shape policy opinions. *American Journal of Political Science*. 2009. Vol. 53, № 2. Pp. 411–426. DOI: <https://doi.org/10.1111/J.1540-5907.2009.00378.X>
24. Cohen G. L. Party over policy: The Dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2003. Vol. 85, № 5. P. 808–822. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.5.808>
25. Bullock J. Elite influence on public opinion in an informed electorate. *American Political Science Review*. 2011. Vol. 105, № 3. Pp. 496–515. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0003055411000165>
26. Kam C. Who toes the party line? Cues, values, and individual differences. *Political Behavior*. 2005. Vol. 27, № 2. Pp. 163–182. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11109-005-1764-y>
27. Coan T., Merolla J., Stephenson L., Zechmeister E. It's not easy being green: Minor party labels as heuristic aids. *Political Psychology*. 2008. Vol. 29, № 3. Pp. 389–405. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00636.x>
28. Guntermann E. Party influence where predispositions are strong and party identification is weak: Assessing citizens' reactions to party cues on regional nationalism in Spain. *Party Politics*. 2019. Vol. 25. Pp. 609–620. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354068817736756>
29. Merolla J. L., Stephenson L. B., Zechmeister E. J. Can Canadians take a hint? The (In) Effectiveness of party labels as information shortcuts in Canada. *Canadian Journal of Political Science / Revue Canadienne de Science Politique*. 2008. Vol. 41, № 3. Pp. 673–696. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0008423908080797>
30. Converse P. Of time and partisan stability. *Comparative Politics*. 1969. Vol. 2. Pp. 139–171. DOI: <https://doi.org/10.1177/001041406900200201>
31. Tappin B., Hewitt L. Estimating the Persistence of party cue influence in a panel survey experiment. *Journal of Experimental Political Science*. 2021. Pp. 1–12. DOI: <https://doi.org/10.1017/XPS.2021.22>
32. Weeks B. E., Lane D. S., Hahn L. B. Online incidental exposure to news can minimize interest-based political knowledge gaps: evidence from two U.S. elections. *The International Journal of Press/Politics*. 2022. Vol. 27, № 1. Pp. 243–262. DOI: <https://doi.org/10.1177/1940161221991550>
33. Coppock A., Ekins E. E., Kirby D. The Long-lasting effects of newspaper op-eds on public opinion. *Quarterly Journal of*

Political Science. 2018. Vol. 13. Pp. 59–87. DOI: <http://dx.doi.org/10.1561/100.00016112>

34. Kuziemko I., Norton M. I., Saez E., Stantcheva S. How elastic are preferences for redistribution? Evidence from randomized survey experiments. *The American Economic Review*. 2015. Vol. 105, № 4. Pp. 1478–1508. DOI: <https://doi.org/10.1257/aer.20130360>
35. Ozer A. L., Wright J. M. Partisan news versus party cues: The effect of cross-cutting party and partisan network cues on polarization and persuasion. *Research & Politics*. 2022. Vol. 9, № 1. DOI: <https://doi.org/10.1177/20531680221075455>
36. Rahn W. M. The role of partisan stereotypes in information processing about political Candidates. *American Journal of Political Science*. 1993. Vol. 37, № 2. Pp. 472–496. DOI: <https://doi.org/10.2307/2111381>
37. Germa B., Merkulova T., Joan-Ramon B., Martynenko M. Socio-economic aspects of healthcare policy in the context of partisan bias effect. *Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference*. Madrid : Spain, 2023. Pp. 16–20.
38. Geana M. V., Rabb N., Sloman S. Walking the party line: The growing role of political ideology in shaping health behavior in the United States. *Population Health*. 2021. Vol. 16. Pp. 100950. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100950>
39. Gadarian S. K., Goodman, S. W., Pepinsky T. B. Partisanship, health behavior, and policy attitudes in the early stages of the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*. 2021. Vol. 16, № 4. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249596>
40. Kagel J. H., Roth A. E. (Eds.). *The Handbook of Experimental Economics*. Princeton University Press, 1995. 744 p.
41. Smith V. Economics in the Laboratory. *Journal of Economic Perspectives*. 1994. Vol. 8, № 1. Pp. 113–131. DOI: <http://dx.doi.org/10.1257/jep.8.1.113>
42. Jacquemet, N., L'Haridon, O. (2018). *Experimental Economics: Method and Applications*. Cambridge : Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/9781107446786>
43. Douglas D. D., Holt C. A. *Experimental Economics*. New Jersey : Princeton University Press, 1993. 584 p.
44. Glimcher P. W., Camerer C. F., Fehr E., Poldrack R. A. *Neuroeconomics: Decision making and the brain*. London : Elsevier Academic Press, 2009. 556 p.
45. Bel G., Esteve M. Is private production of hospital services cheaper than public production? A meta-regression of public versus private costs and efficiency for hospitals. *International Public Management Journal*. 2020. Vol. 23, № 1. Pp. 1–24. DOI: <https://doi.org/10.1080/10967494.2019.1622613>

Стаття надійшла до редакції 03.05.2023 р.

Стаття рекомендована до друку 14.06.2023 р.

Tamara Merkulova*, D.Sc. (Economics), Professor, V.N. Karazin Kharkiv National University, 4, Svobody Sq., Kharkiv, 61022, Ukraine
 tammerkulova@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-3507-5593>

Maryna Martynenko*, D.Sc. (Economics), Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, 9-A, Nauki Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine
 mrmartynenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-4193-6716>

* University of Barcelona, **585, Gran Via de les Corts Catalanes**, Barcelona, **08007**, Spain

SOCIOECONOMIC POLICY EVALUATION: PARTISANSHIP AND PARTISAN BIAS EFFECT

Abstract. Public support of socioeconomic reforms is one of the most important factors for their successful implementation, and conversely, lack of public approval doesn't allow achieving the expected effect and may result in negative externalities. In this regard, it is relevant to study the origins of people's opinions and factors affecting their evaluation of social and economic policies. This paper is devoted to the following aspects of this multidimensional problem as partisanship and partisan bias. Their research has been actively promoted by foreign scientists, but so far presented extremely limited in Ukrainian literature. In this paper the critical review of foreign scientific papers devoted to this topic is presented; the main hypotheses about the influence of party identification on public opinion and the effect of partisan bias are highlighted; features of the methodology are noted and research results are summarized. The methodology used by foreign specialists for research of this problem is based on experimental methods, among them the main place belongs to laboratory experiments. A laboratory experiment means observing people's behavior (participants' behavior) under strictly controlled conditions when the influence of uncontrolled factors is limited to a minimum. In foreign studies of partisan bias and its influence on citizens' evaluation of socioeconomic policies, laboratory experiments serve as the main tool for testing hypotheses. The results of the research give evidence, on the one hand, that the partisan bias mechanism provides wide possibilities to manipulate the people's opinion and public opinion in general, on the other hand, that correct objective information about the policy content and goals can significantly weaken the partisan bias effect. Foreign studies prove that party signal influence depends on the people's properties, policy content, political systems, and party characteristics. In Ukraine, there is a lack its own research in this field, however, as democratic institutions, civil society, and people's political

consciousness and activity develop, these studies become more relevant to the political and economic life in Ukrainian society.

Keywords: **Socioeconomic Policy, Partisanship, Partisan Bias, Public Opinion, Experimental Economics.**

JEL Classification: D9; D87; H00.

REFERENCES

- Campbell, A., Converse, P., Miller, W., & Stokes, D. (1960). *The American Voter*. New York: Wiley.
- Johnston, R. (2006). Party identification: Unmoved mover or sum of preferences? *Annual Review of Political Science*, 9(1), 329-351. doi: <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.9.062404.170523>
- Petersen, M. B., Giessing, A., & Nielsen, J. (2015). Physiological responses and partisan bias: beyond self-reported measures of party identification. *PloS one*, 10(5), e0126922. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0126922>
- Tsyganenko, G. (2004). Party identification and electoral behavior. Party identification and electoral behavior. *Social Psychology*, 2(4), 61-70. (in Ukrainian)
- Agalarova, K. A. (2014). Political-ideological identification as a scientific concept and social phenomenon. *Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University*, 1122, 29-32. (in Ukrainian)
- Shachkivska, L. S. (2017). Party identification as one of the factors in structuring the political orientation of citizens. *The influence of social sciences on the process of social development: possible and real: Materials of the international scientific and practical conference (Kyiv, Ukraine, March 3-4, 2017)*. Kyiv: NGO "Kyiv Scientific Social Science Organization", 97-102. (in Ukrainian)
- Rotar, N. (2014). Party self-identification of the Chernivtsi community in the parliamentary elections of 2002-2014. *Scientific notes of the Institute of Political and Ethnonational Studies named after I.F. Kuras of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 3(77), 90-120. (in Ukrainian)
- Loktionova, D. (2009). Party identification of citizens of Ukraine during the parliamentary elections of 1998, 2002, 2006 and 2007. *Modern Ukrainian politics. Politicians and political scientists about her*, 15, 200-208. (in Ukrainian)
- Bodnarov, O. G. (2012). Political behavior in organized and spontaneous forms. *Proceedings*, 12(1), 283-287. (in Ukrainian)
- Bullock, J. G. (2020). Party Cues. Elizabeth Suhay (ed.) et al., *The Oxford Handbook of Electoral Persuasion* (P. 129-150). Oxford: Oxford University Press. doi: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780190860806.013.2>
- Lavine, H., Johnston, C., & Steenbergen, M. (2012). *The ambivalent partisan: How critical loyalty promotes democracy*. Oxford: Oxford University Press. doi: <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199772759.001.0001>
- Smith, J. R., Terry, D. J., Crosier, T. R., & Duck, J. M. (2005). The Importance of the Relevance of the Issue to the Group in Voting Intentions: The Case of the Australian Republic Referendum. *Basic and Applied Social Psychology*, 27(2), 163-170. doi: https://doi.org/10.1207/s15324834baspp2702_7
- Nicholson, S. P. (2012). Polarizing cues. *American Journal of Political Science*, 56(1), 52-66. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00541.x>
- Brader, T., Tucker, J. A., & Duell, D. (2013). Which parties can lead opinion? experimental evidence on partisan cue taking in multiparty democracies. *Comparative Political Studies*, 46(11), 1485-1517. doi: <https://doi.org/10.1177/0010414012453452>
- Green, D., Palmquist, B., & Schickler, E. (2002). *Partisan hearts and minds: Political parties and the social identities of voters*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Kunda, Z. (1990). The case for motivated reasoning. *Psychological Bulletin*, 108(3), 480-498. doi: <https://doi.org/10.1037/0033-2909.108.3.480>
- Bolsen, T., Druckman, J. N., & Cook, F. L. (2014). The influence of partisan motivated reasoning on public opinion. *Political Behavior*, 36(2), 235-262. doi: <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9238-0>
- Lodge, M., & Taber, C. S. (2000). Three steps toward a theory of motivated political reasoning. In A. Lupia, M. D. McCubbins, & S. L. Popkin (Eds.), *Elements of Reason* (P. 183-213). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Taber, C., & Lodge, M. (2006). Motivated skepticism in the evaluation of political beliefs. *American Journal of Political Science*, 50(3), 755-769. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2006.00214.x>
- Casado-Aranda, L. A., de la Higuera-Molina, E. J., Sánchez-Fernández, J. et al. (2022). Neural bases of sector bias in perceptions of public versus private-sector service performance. *Polit Behav*. doi: <https://doi.org/10.1007/s11109-022-09803-4>
- Druckman, J. N., Peterson, E., & Slothuus, R. (2013). How elite partisan polarization affects public opinion formation. *The American Political Science Review*, 107(1), 57-79. doi: <https://doi.org/10.1017/S0003055412000500>
- Druckman, J. N., & Bolsen, T. (2011). Framing, motivated reasoning, and opinions about emergent technologies. *Journal of Communication*, 61(4), 659-688. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01562.x>
- Jerit, J. (2009). How predictive appeals shape policy opinions. *American Journal of Political Science*, 53(2), 411-426. doi: <https://doi.org/10.1111/J.1540-5907.2009.00378.X>
- Cohen, G. L. (2003). Party over policy: The Dominating impact of group influence on political beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(5), 808-822. doi: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.5.808>
- Bullock, J. (2011). Elite influence on public opinion in an informed electorate. *American Political Science Review*, 105(3), 496-515. doi: <https://doi.org/10.1017/S0003055411000165>
- Kam, C. (2005). Who toes the party line? Cues, values, and individual differences. *Political Behavior*, 27(2), 163-182. doi: <https://doi.org/10.1007/s11109-005-1764-y>
- Coan, T., Merolla, J., Stephenson, L., & Zechmeister, E. (2008). It's not easy being green: Minor party labels as heuristic aids. *Political Psychology*, 29(3), 389-405. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00636.x>
- Guntermann, E. (2019). Party influence where predispositions are strong and party identification is weak: Assessing citizens' reactions to party cues on regional nationalism in Spain. *Party Politics*, 25, 609-620. doi: <https://doi.org/10.1177/1354068817736756>
- Merolla, J. L., Stephenson, L. B., & Zechmeister, E. J. (2008). Can Canadians take a hint? The (In) Effectiveness of party labels as information shortcuts in Canada. *Canadian Journal of Political Science / Revue Canadienne de Science Politique*, 41(3), 673-696. doi: <https://doi.org/10.1017/S0008423908080797>
- Converse, P. (1969). Of time and partisan stability. *Comparative Politics*, 2, 139-171. doi: <https://doi.org/10.1177/001041406900200201>
- Tappin, B., & Hewitt, L. (2021). Estimating the persistence of party cue influence in a panel survey experiment. *Journal of Experimental Political Science*, 1-12. doi: <https://doi.org/10.1017/XPS.2021.22>

32. Weeks, B. E., Lane, D. S., & Hahn, L. B. (2022). Online incidental exposure to news can minimize interest-based political knowledge gaps: evidence from two U.S. elections. *The International Journal of Press/Politics*, 27(1), 243-262. doi: <https://doi.org/10.1177/1940161221991550>
33. Coppock, A., Ekins, E. E., & Kirby, D. (2018). The long-lasting effects of newspaper op-eds on public opinion. *Quarterly Journal of Political Science*, 13, 59-87. doi: <http://dx.doi.org/10.1561/100.00016112>
34. Kuziemko, I., Norton, M. I., Saez, E., & Stantcheva, S. (2015). How elastic are preferences for redistribution? Evidence from randomized survey experiments. *The American Economic Review*, 105(4), 1478-1508. doi: <https://doi.org/10.1257/aer.20130360>
35. Ozer, A. L., & right, J. M. (2022). Partisan news versus party cues: The effect of cross-cutting party and partisan network cues on polarization and persuasion. *Research & Politics*, 9(1). doi: <https://doi.org/10.1177/20531680221075455>
36. Rahn, W. M. (1993). The Role of Partisan Stereotypes in Information Processing about Political Candidates. *American Journal of Political Science*, 37(2), 472-496. doi: <https://doi.org/10.2307/2111381>
37. Germa, B., Merkulova, T., Joan-Ramon, B., & Martynenko, M. (2023). Socio-economic aspects of healthcare policy in the context of partisan bias effect. *Proceedings of the VIII International Scientific and Practical Conference*. Madrid, Spain, 16-20.
38. Geana, M. V., Rabb, N., & Sloman, S. (2021). Walking the party line: The growing role of political ideology in shaping health behavior in the United States. *Population Health*, 16, 100950. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2021.100950>
39. Gadarian, S. K., Goodman, S. W., & Pepinsky, T. B. (2021). Partisanship, health behavior, and policy attitudes in the early stages of the COVID-19 pandemic. *PLoS ONE*, 16(4). doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0249596>
40. Kagel, J. H., & Roth, A. E. (Eds.). (1995). *The Handbook of Experimental Economics*. Princeton University Press.
41. Smith, V. (1994). Economics in the Laboratory. *Journal of Economic Perspectives*, 8(1), 113-131. doi: <http://dx.doi.org/10.1257/jep.8.1.113>
42. Jacquemet, N., & L'Haridon, O. (2018). *Experimental Economics: Method and Applications*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: <https://doi.org/10.1017/9781107446786>
43. Douglas, D. D., & Holt, C. A. (1993). *Experimental Economics*. New Jersey: Princeton University Press.
44. Glimcher, P. W., Camerer, C. F., Fehr, E., & Poldrack, R. A. (2009). *Neuroeconomics: Decision making and the brain*. London: Elsevier Academic Press.
45. Bel, G., & Esteve, M. (2020). Is private production of hospital services cheaper than public production? A meta-regression of public versus private costs and efficiency for hospitals. *International Public Management Journal*, 23(1), 1-24. doi: <https://doi.org/10.1080/10967494.2019.1622613>

The article was received by the editors 03.05.2023.

The article is recommended for printing 14.06.2023.