

Volební rozhodování

Jan Šerek

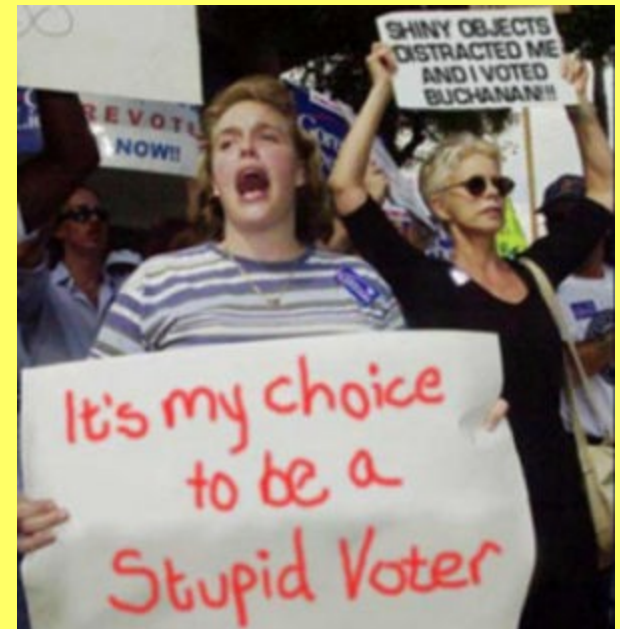
Úvod do politické psychologie

13.4.2011

1. proč jde člověk k volbám?

2. podle čeho se rozhoduje?

racionalita vs. iracionalita



Proč lidé chodí k volbám?

teorie racionální volby

$R = (p \times B) - C + D$

$R =$ (do

**WHY
BOTHER?**

jaká

$p =$ (



hat

Proč lidé chodí k volbám?

teorie racionální volby

Edlin, Gelman, Kaplan (2007): Voting as a Rational Choice: Why and How People Vote to Improve the Well-Being of Others

racionalita x sebezájem

subjektivní sociální zisky

$$B = B[\text{já}] + (\alpha \times N \times B[\text{druzí}])$$

$$p = 10 / n$$

$$R = (p \times B) + C + D$$

důsledky:

větší volby --> vyšší účast

těsnější volby --> vyšší účast

Proč lidé chodí k volbám?

Harder, Krosnick (2008): Why Do People Vote? A Psychological Analysis of the Causes of Voter Turnout

pravděpodobnost volení
= (motivace x schopnost) / obtížnost

vzdělání a intelligence

verbální a matematické schopnosti

*spíše relativní než absolutní úroveň vzdělání, **sociální srovnávání***

sociálně vědní kurzy

příjem

větší vnímaný zájem na výsledku, více zdrojů

rovnost hlasu ve společnosti

povolání

nezávislost na odpovědnosti, moci, množství rozhodování

věk a pohlaví

Proč lidé chodí k volbám?

manželství

skupinová identita

členství v občanských sdruženích

občanská povinnost

zvyk

politická efficacy

psychologické zakotvení: self-efficacy (Bandura)

politologické zakotvení: Campbell

(a) interní „**JÁ jsem schopný to ovlivnit!**“

(b) externí „**Politický systém lze ovlivnit!**“

důvěra


politická

sociální



Proč lidé chodí k volbám?

Gamsonova hypotéza

	velká efficacy	malá efficacy
velká důvěra		
malá důvěra		

Bandura: klíčová je efficacy, důvěra ovlivňuje formu

Proč lidé chodí k volbám?

Okolnosti voleb – voličovy preference



Sobotka +9

Nečas +7

větší rozdíl v preferencích → větší motivace

Sobotka +9

Nečas +3



Nečas +9

Sobotka +5

větší hrozba negativních emocí → větší motivace

Nečas -2

Sobotka -6

Nečas 40 %

Sobotka 60 %

Nečas 48 %

Sobotka 52 %

Proč lidé chodí k volbám?

co demotivuje:

blízkost programů

vzdálenost programů od mých preferencí

co motivuje:

osobní agitace

(méně či vůbec dopisy a telefonáty)

být respondentem ve výzkumu veřejného mínění

Podle čeho se lidé rozhodují?

American Voter (Michiganská škola):

klíčovou je **stranická identifikace**:

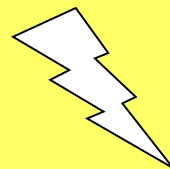
osvojuje se v mládí

stabilní a **dlouhodobá**

vede k většímu zájmu a aktivitě

ovlivňuje rozhodování, ale i vnímání či interpretaci událostí

občas se v důsledku **krátkodobých vlivů** odchýlíme, ale pak se vracíme zpět ke své straně



1996 R → 2000 R → 2004 R → **2008 D** → 2012 R

Podle čeho se lidé rozhodují?

kognitivní procesy

- racionalita
- chyby v kognici

informace  schémata, paměť  volby

klíče, heuristiky, stereotypy

vzhled

rasa

gender

strana

ideologie

Podle čeho se lidé rozhodují?

politické názory mého oblíbeného politika

efekt asimilace

„mám toho Schwarzenberga rád, určitě na to má stejný názor jako já“

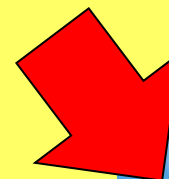
politické názory mého neoblíbeného politika

efekt kontrastu

negativní x pozitivní informace

negativity bias

„ted' se Bárta projevilo, jaký skutečně je“



„opilcovo hledání“ (drunkard's search)

vybereme si jen jedno téma a na jeho základě kandidáty srovnáme

Podle čeho se lidé rozhodují?

	Nečas	Sobotka	Nerozh.
3 týdny do voleb	46 %	47 %	7 %
2 týdny do voleb	47 %	46 %	7 %
1 týden do voleb	48 %	46 %	6 %
volební výsledky	53 %	47 %	

bandwagon effect

chceme být na straně vítězů

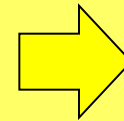
Podle čeho se lidé rozhodují?

emoce jako nástroj, jak sloučit obě strategie

Marcus & MacKuen:

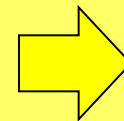
teorie afektivní inteligence

ÚZKOST



racionální
volba

ENTUZIASMUS



volba podle
identifikace a
heuristik

Která strategie je „lepší“?

Lau, Redlawsk (2006): How Voters Decide? Information Processing During Election Campaigns

4 strategie volebního rozhodování

- 1) racionální volba
- 2) „American voter“
- 3) rychlé a šetrné rozhodování (one-issue voting)
- 4) omezená racionalita a intuice
 - a) základní charakteristiky voliče
 - b) politická „solistikovanost“
 - c) povaha kampaně
 - d) subjektivně vnímaná povaha rozhodování

paměť

hodnocení kandidátů a volba

správnost rozhodnutí

Která strategie je „lepší“?

2 cíle rozhodování: zvolit dobře + co nejmenší kognitivní náklady

zjištění

- čím vyšší věk, tím nižší zájem o hledání informací
- „sofistikovaní“ jdou poměrně do hloubky a sbírají informace spíše po attributech než po kandidátech
- mladší používají spíše strategii 1, starší 4
- sofistikovaní používají spíše strategie 1 a 3, spíše nepoužívají 2
- muži používají spíše strategii 1, ženy 2 a 4
- věk má negativní efekt na velikost i přesnost paměti, pozitivní efekt mají vzdělanost a sofistikovanost
- hloubka hledání informací má vliv na paměť

Která strategie je „lepší“?

více informací neznamená lepší rozhodnutí

rostoucí **přesnost paměti** významně zvyšuje šanci na správné rozhodnutí

vliv jednotlivých strategií na správnost rozhodnutí:

1. racionální volba: nesignifikantní
2. „American voter“: ok
3. „one-issue voting“: relativně ok
4. omezená racionalita a intuice: ok

racionální volba a sofistikovanost:

- ❖ nízká sofistikovanost + racionální volba = snížení šance na správné rozhodnutí o 10% pod náhodu
- ❖ vysoká sofistikovanost + racionální volba = zvýšení o 4% nad náhodu

Zdánlivá iracionalita

na paměti založený vs. dojmem řízený (**on-line**) model

Událost	Vliv na hodnocení	Uložení do paměti: model NPZ	Uložení do paměti: model DŘ
první dojem z politika	+2	+2	+2
daroval peníze ZOO	+1	+1	$2+1=3$
debata v TV	+3	+3	$3+3=6$
korupční skandál	-5	-5	$6-5=1$
atraktivní předvolební program	+3	+3	$1+3=4$
volby		$2+1+3-5+3=4$	4