

Pozice, valence, tematické vlastnictví a volební chování

Roman Chytilék, 3.12. 2019 POLn6000

Tři strategie ve stranické soutěži a volební chování

- Aktéři (kandidáti, strany) ve stranickopolitické soutěži mají dostupné **tři kategorie strategií**:
 - **Prostorové**: klíčová činnost **zaujímání** politických **pozic** (vůči sobě navzájem)
 - **Valenční**: klíčová činnost důraz na vztah toho, **co strana chce a jaká je**
 - **Tematické vlastnictví**: klíčová činnost snaha o kontrolu **palčivosti** politických témat
- **ARGUMENT PŘEDNÁŠKY: Z HLEDISKA SOUTĚŽE STRAN I ROZHODOVÁNÍ VOLIČŮ TO NENÍ BUĎ/ANEBO, ALE VZTAHY JSOU SLOŽITĚJŠÍ**

O jak důležité proměnné z hlediska voličovy volby jde? Tématické vlastnictví vs. Stranická identifikace (Lanz 2014)

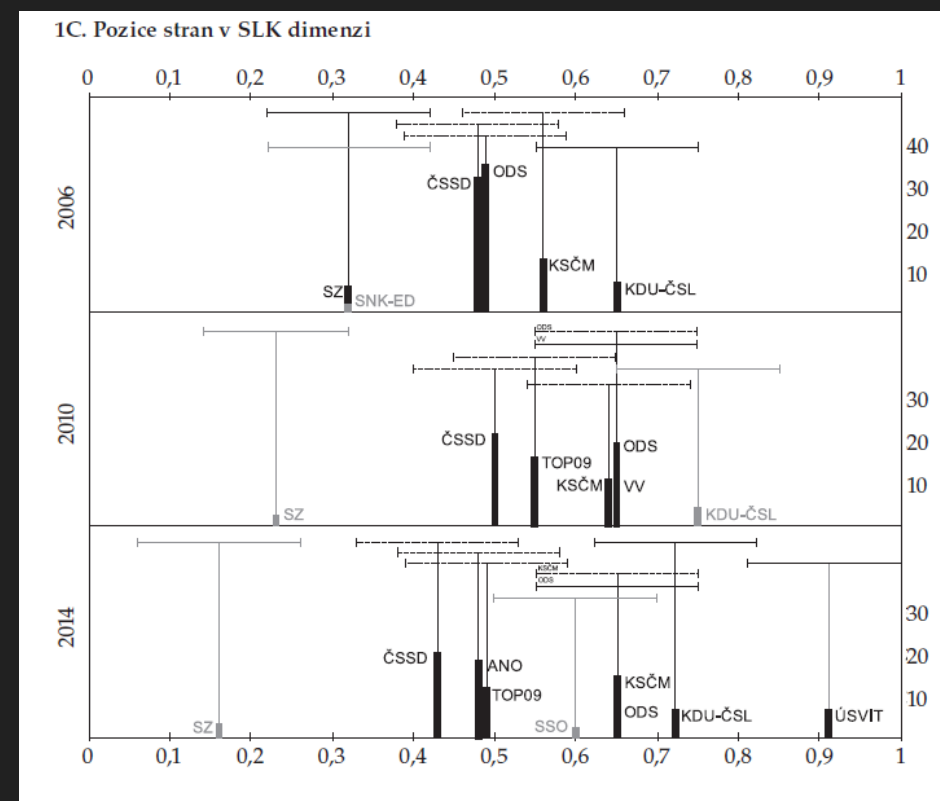
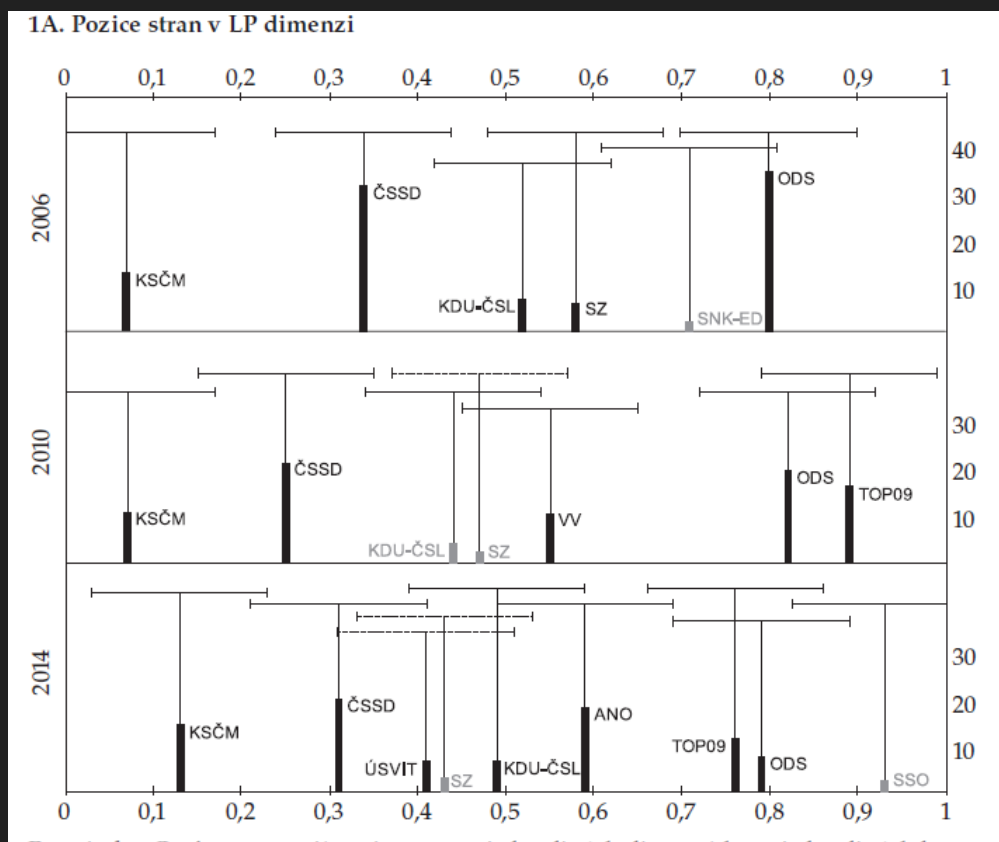
Typ respondenta z hlediska stranické identifikace a přiznání kompetenčního tématického vlastnictví v nejpálčivějším tématu	Četnost
Nedeklaroval blízkost k žádné straně, některé ze stran přiřadil kompetenci v nejpálčivějším tématu	17%
Deklaroval blízkost ke straně, přiřadil jí kompetenci v nejpálčivějším tématu	46%
Deklaroval blízkost ke straně, přiřadil kompetenci v nejpálčivějším tématu jiné straně	10%
Neoznačil v nejpálčivějším tématu žádnou stranu jako kompetentní, deklaroval blízkost ke straně	14%
Neoznačil v nejpálčivějším tématu žádnou stranu jako kompetentní, nedeklaroval blízkost k žádné straně	13%

Jak probíhá soutěž v politickém prostoru (minulá přednáška)

- Vychází z Downse:

- **Sartori:** „odměňující taktika stranické soutěže“ klíčová proměnná počet stran (důležité rozložení voličů), do čtyř stran dostředivě, od čtyř stran odstředivě. Strany si někdy prostor **brání**, někdy v něm bojují s jinými stranami (**akviziční soutěž**)
- **Ezrow et al.** (2005, 2008, 2014): komplikovanější argument- ve vyspělých zemích dostředivě, v postkomunistických větší polarizace
- **KLÍČOVÁ OTÁZKA: JAKÁ JE ODMĚŇUJÍCÍ STRATEGIE Z HLEDISKA VZDÁLENOSTÍ STRAN OD SEBE**

Příklad: srovnání prostorové soutěže stran v LP (ekonomika) a SLK (konzervatismus vs. liberalismus) dimenzi (Linek-Chytilék-Eibl 2016)



Valence ve stranické soutěži (dvě pojetí)

- **Typ tematické soutěže stran** (Budge, Linek, Eibl): konflikt ve stranické soutěži není dán **odlišností pozic** aktérů, ale jejich soubojem o to, kdo má lepší **kompetenci** ke zvládnutí politických témat. Soutěž stran je vždy buďto **více poziční nebo více valenční**.

Donald Stokes (zakladatel konceptu valence, stojí mezi oběma pojetími)

- **Dimenze tematické soutěže stran** (Schofield, Laver, Clark, Chytilík): valence je přítomna vždy bez ohledu na míru pozičních odlišností aktérů. Úkolem strany spojit to, **co chce** (jaká témata a jakou pozici) s tím, **jaká je** (pověst strany, kompetence, výkonnost, integrita, odbornost). **Valence** může **moderovat** efekt **pozice**.

Valence (Clark)

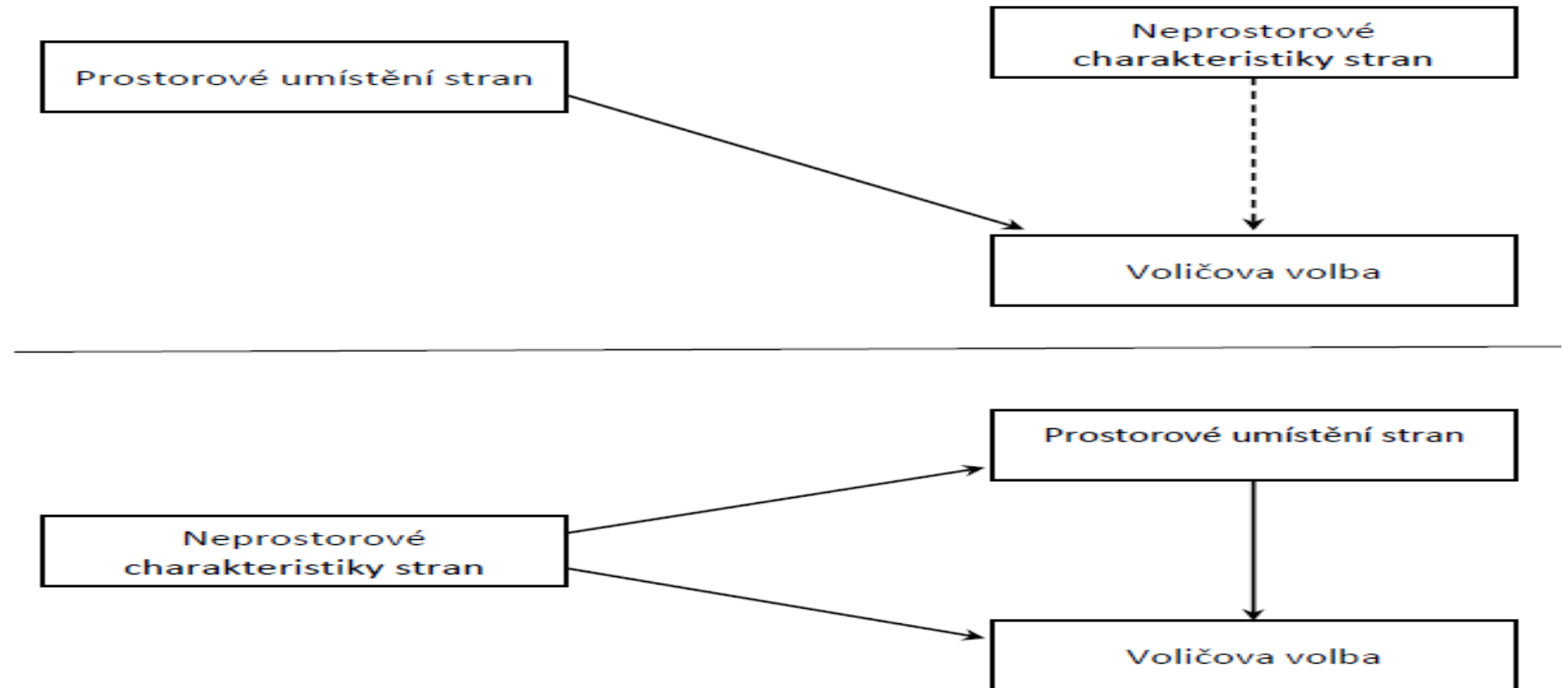
- **Tématická** (všechny strany mají tytéž pozice, rozhoduje jen vnímaná kompetence)
- **Obecná** (charakter kandidáta/strany, jeho výkonnost, integrita)

Kritika tématkové valence

- **Stokes** přiznával, že každé téma může být poziční i valenční
- **Sartori**: „problém, u kterého neexistuje neshoda, přesto je konfliktním tématem, v němž se strany obviňují z toho, že jejich pozice je jen domnělá“.
- **Pardos-Prado**: i když existuje shoda o cíli, není shoda o prostředcích
- **McDonald-Rabinowitz**: pokud by strany zastávaly stejnou pozici, rozhodovala by jejich nepoziční valence, tu nemají stejnou, proto se pozičně diferencují.
- **Clark**- důležitější pro vysvětlení volby **nepoziční valence**
- **Hollweg** (2012): Pokud se strany nediferencují v cílech ani prostředcích, vliv valenční soutěže v tématech je nepatrný pro pochopení toho, jak lidé volí

Jak valence moderuje pozici

- Downs (horní obr.) Ezrow (dolní obr.) prostorové a valenční teorie)



Tematické vlastnictví (koncept)

- Riker (1983, 1993), Budge-Farlie (1983), Petrocik (1996):

Přesvědčení (voličů), že některé strany jsou schopny lépe nakládat s určitými problémy než jiné.... "lepší nakládání,,= (Petrocik 1996: 826) „schopnost lépe zvládat problémy, které jsou významné pro voliče. Děje se tak pomocí reputace, kterou si strana vydobyla v některých politických otázkách a pozornosti, kterou jim věnuje. To vše vede voliče k tomu, aby se domnívali, že je více než ostatní strany zavázána k tomu, aby je řešila“.

Na individuální i agregované úrovni **relativně stabilní veličina**

- *Problém s **jednodimenzionalitou a měřením***

Tématické hlasování/vlastnictví

- John Petrocik (1980- studie amerických prezidentských voleb- Reagan vs. Carter)
- Voliči se rozhodují podle toho, komu přisuzují největší kompetenci v tématech
- Úkolem stran není umisťovat se v prostoru, ale snažit se zeslabit nebo zesílit přítomnost témat v politické soutěži („boj tématy“, **Stokes, Riker**)

Dvě dimenze tematického vlastnictví (Walgrave et al. 2012)

Kompetenční

- Vyšší **přiznaná kompetence** straně v tématu
- Přizná ho méně respondentů
- Více fragmentované
- Lepší prediktor volby
- Více koreluje s dalšími proměnnými (makrokompetence, stranická identifikace)
- Proměnlivější

Asociativní

- Silnější **spontánní asociace** strany s tématem
- Přizná více respondentů
- Větší koncentrace
- O něco horší prediktor volby
- Stálejší

Tematické vlastnictví jako strategie stranické soutěže

Americká varianta (Riker 1983)

- *vnášet a zvýrazňovat ve stranické soutěži **nikoliv ta** témata, v nichž strana chce v diskusi **konfrontovat opozici**, ale taková, v nichž se cítí **silná a kredibilní**.*
- Ostatním tématům se vyhýbá
- Témata, v nichž nikdo nemá převahu, nejsou obsahem soutěže
- Normativní pohled: nebezpečný mód soutěže z hlediska kvality demokracie (Egan 2013)

Evropská varianta (Budge, Farlie 1983)

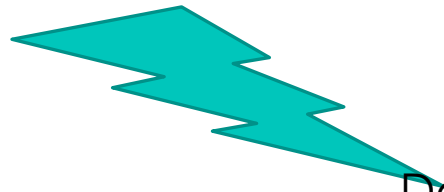
- Zvyšování nebo naopak snižování palčivosti jednotlivých témat má bezprostřední efekt na volební zisk strany
- Volič volí ty strany, kterým přiznává nejvyšší kompetenci v nejpalčivějších tématech v době voleb
- Strany se víc liší v palčivosti než v pozicích
- **? PROČ V EVROPSKÝCH MULTIPARTISMECH NEEXISTUJE AMERICKÝ PROBLÉM**

Prerekvizita: strany vlastní témata

- Část stran (silně) **nevlastní žádné téma**
- **Část témat nikdo** dlouhodobě **nevlastní** („výkonnostní témata“)
- **Vlastnické poměry** ve vyspělých západních zemích velmi různé (Bech-Seeberg 2014), příliš dobře není vysvětlitelné ani ideologicky
- Některá témata **nikdo nechce**
- Lze vlastněné téma „nepřátelsky převzít“? (Walgrave et al. 2009, Tresch et al. 2012): **ne**
- Lze téma ztratit? (Bélanger 2003, 2008): **ano**
- **Nejslibnější** zisk tématu, které je v soutěži přítomné a nikdo ho silně nevlastní
- U **nových témat** společně s nimi často **vznikají i strany** (Wagner 2012)

Taktiky zisku tématu (Stubager et al. 2012, Stubager 2014)

- Výkonnost v politickém úřadu
- Zesílená komunikace
- **Poziční úvahy** (dvě strategie- **mediánový volič** vs. **poziční diferenciacce**)
- Širší propojení s elektorátem, kterého se téma nejvíc týká
- Přerámování



Do hry začíná vstupovat **valence**

Jak se bojuje tématy (Wagner 2012, Dolezal et al. 2014, Pardos- Prado 2012, Lachat 2014 a další)

- Strany **zesíleně komunikují** témata, která vlastní- **řada výhod** (mj. **moderuje vliv prostorových vzdáleností**- Lachat 2014)
- Soupeři stojí před rozhodnutím, zda se účastnit soutěže v tématech, která vlastní někdo jiný, empiricky se v multipartismech účastní (Dolezal et al. 2014), proč?

Jak se bojuje tématy

Proč se
tématu
vyhýbat

Proč se
tématu
nevyhýbat

Nemožnost soupeře
negativně konfrontovat
(US)

Exogenní vlivy, média
(US, multipartismy)

Výhoda vlastníka
tématu (voliči, tón v
médích- multiplikuje
se)

Strach z posunu
mediánu (propojení TV
a pozice-
multipartismy)

Obvyklý výsledný stav- strany se mnohem více **odlišují v pozici**, kterou u témat zastávají, **než v důrazu**, který jim přiřkládají.

Jiná strategie- „rozmazání tématu“ (**blur**, Rovný 2012)

Jak se bojuje tématy (Wagner 2012, Dolezal et al. 2014, Pardos- Prado 2012, Lachat 2014 a další)

- Strany **zesíleně komunikují** témata, která vlastní- **řada výhod** (mj. **moderuje vliv prostorových vzdáleností**- Lachat 2014)
- Soupeři stojí před rozhodnutím, zda se účastnit soutěže v tématech, která vlastní někdo jiný, empiricky se v multipartismech účastní (Dolezal et al. 2014), proč?

Jak spolu souvisí valence, prostor a tematické vlastnictví

Typ tematické soutěže	Odměňující taktika	Intervenuje	Výsledný stav
Prostorová soutěž	Prostorové umístění vzhledem k mediánovému voliči nebo vlastnímu elektorátu (podle kontextu)	Nestejná valence stran (tematická, charakterová)	Prostorová soutěž, modifikovaná valenčními úvahami
Valenční soutěž	Důraz na valenční témata, v nichž má strana vysokou valenci	Charakterová valence, pobídky k poziční diferenciaci	Prostorová soutěž, modifikovaná valenčními úvahami
„Boj tématy“ (tematické vlastnictví)	Zvyšování palčivosti témat, jež strana vlastní	Rezistence ostatních stran, mediální agenda neuguje/nepřipouští princip dominance	Prostorová soutěž, rozhodování ovlivněno valenčními úvahami

Shrnutí

- využívání strategií **není** (z hlediska aktivity stran ani rozhodování voličů) **hra s nulovým součtem**.
- **zvýšený význam jedné** v soutěži stran obvykle **zvyšuje i hodnotu zbývajících**.
- **propojenost strategií** (věcná i analytická)
- v rámci každé ze strategií existují pro strany „**odměňující taktiky**“ (Sartori 1976, č.2005).
- modifikované pojetí kategorie **valence**

ČR

- Hrubý 2016 (diplomová práce)
- Potvrdil, že strany postupují podle teorií tematického vlastnictví
- Vybírají si několik málo témat, uvažují s ohledem na konkurenci
- Přesto nesoulad mezi tím, jaká témata by strany chtěly prosazovat a jaká prosazují (veřejné mínění)

Případová studie: ANO 2011 a ODS v parlamentních volbách 2013

- představit trojdimenzionální analytický rámec na úvahách o soutěžních strategiích ANO 2011 a ODS ve volbách do PS PČR 2013
- zhodnotit možnosti využití v kvalitativněji pojatých studiích
- důraz na pojetí kategorie valence

Případová studie: Hnutí ANO2011 a ODS v parlamentních volbách 2013

ANO 2011

- Velmi slabá navázanost na společenské struktury (Lebeda 2014), význam krátkodobých faktorů
- Téma **podoby politického procesu/systému** (**palčivost** ovlivňována i jinak než skrze program-Hrbková - Macková 2014, Vránková 2015)
- **Pozice:** kompletní obměna politických elit (krajní pozice- KDK, nejde tedy o „valenční téma“)
- Dobrá **valence** (strana lidí vesměs nově vstupujících do celostátní politiky, v souladu s tématem i pozicí v něm)
- Kombinace pozice, palčivosti a valence „podle teorie“ (Pardos-Prado 2012, Wagner 2012, Ezrow et al. 2014)

ODS

- Nejslabší navázanost na společenské struktury z tradičních stran (Lebeda 2014)
- Snížená „makrokompetence“ strany před volbami 2013
- Tradiční témata ekonomika a zahraniční/evropská politika, akcentuje (**palčivost**) i ve volbách 2013 (Eibl 2010, 2014)
- V ekonomických tématech se **pozice** blíží TOP09 (Eibl – Havlík – Chytilík - Linek 2014), v evropských Svobodným, obě strany mají v nich minimálně stejnou **valenci**
- Musí soutěžit v dimenzi podoby politického systému (**pozice** „náprava legální cestou“, jen průměrná **valence**)
- Uzavřená struktura příležitostí v oblasti tematické soutěže, valence hlavní kategorií, „v souladu s teorií“ (Clark 2008)

Publikace se zabývá představením teorií věnujících se soutěži politických stran v oblasti politických témat. Kriticky konfrontuje a interpretuje politologické přístupy, které se snaží pochopit politickou soutěž na základě vzdálenosti aktérů v politickém prostoru, s přístupy, v jejichž jádru stojí kompetence politické strany reprezentovat určitá politická témata, případně různý důraz, který strany tématům věnují. Zvláštní pozornost je věnována dynamice takto pojaté stranické soutěže – je stabilní, nebo se naopak rychle mění? Výsledkem je analytický rámec poskytující nástroje pro odpověď na otázku, jaká je – či může být – odměňující taktika politických stran při práci s politickými tématy.

Roman Chytilék je brněnský politolog, působí na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity. Odborně se zabývá volbami, rozhodováním, soutěží politických stran a experimentální politikou.



ISBN 978-80-7325-357-8



9 788073 253578

POLITICKÝ PROSTOR A POLITICKÁ TÉMATA

ROMAN CHYTILEK



ROMAN CHYTILEK

POLITICKÝ PROSTOR A POLITICKÁ TÉMATA

STUDIE K SOUTĚŽI
POLITICKÝCH STRAN

