VOLEBNÍ CHOVÁNÍ (HLAVNÍ TEORIE)

POLN6000, 16.11. 2021

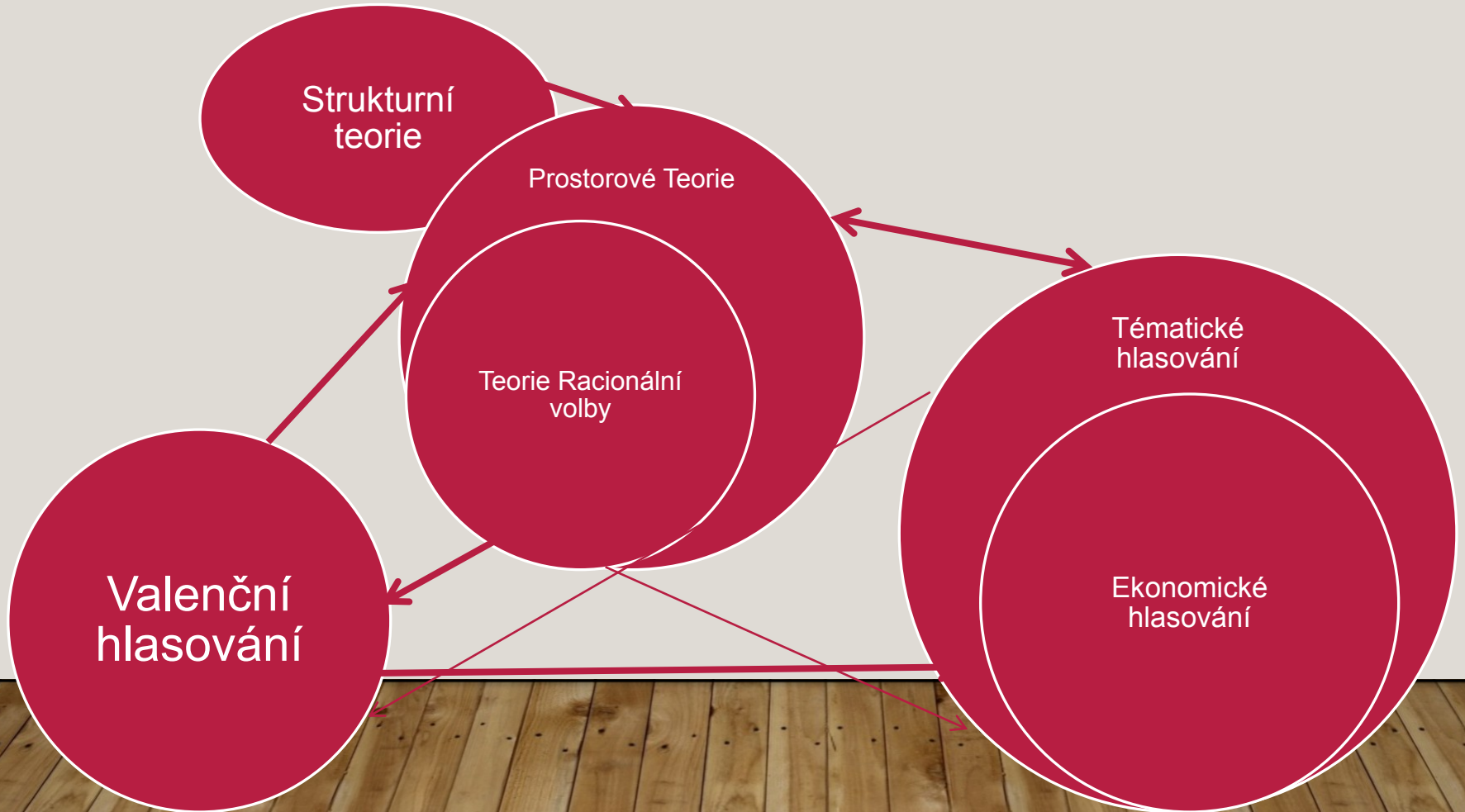
CO SE SNAŽÍ VYSVĚTLIT

- **Voličskou volbu**
- **Mezistranickou soutěž** (některé)
- To, která z nich má největší potenciál vysvětlit aktuální volební chování, **záleží na čase, prostoru a strategiích aktérů.**

HLAVNÍ TEORIE

- Strukturní teorie
- Prostorové teorie
- Valenční teorie
- Teorie racionální volby
- Tematické hlasování/vlastnictví
- Ekonomické hlasování

TEORIE VYSVĚTLUJÍCÍ VOLEBNÍ CHOVÁNÍ



HISTORIE: STUDIUM VOLEBNÍHO CHOVÁNÍ PŘED WW2

- Siegfried (1913): základní rozdíly v regionálních vzorcích volebního chování
- Gosnell: *Why Europe Votes* (1930): agregovaná data, vysvětlení na základě institucionálních proměnných.
- Zlom- Lazarsfeld-Berelson: *The People´s Choice* (1940, publikováno 1945).

STRUKTURÁLNÍ TEORIE

- Spojují volbu se sociální identitou jedince, není „neracionální“.
- Mechanismus volby založen **na příslušnosti ke skupinám**, strany mobilizují skupiny (selektivní pobídky), ty mají různé zájmy, které manifestují volbou (skupinová diferenciace, transmise hodnot a kontakt- vše posiluje skupinové zájmy- Berelson 50. léta).
- Stranická identifikace- „zbytečná proměnná“.
- Politický konflikt určují hranice mezi skupinami.

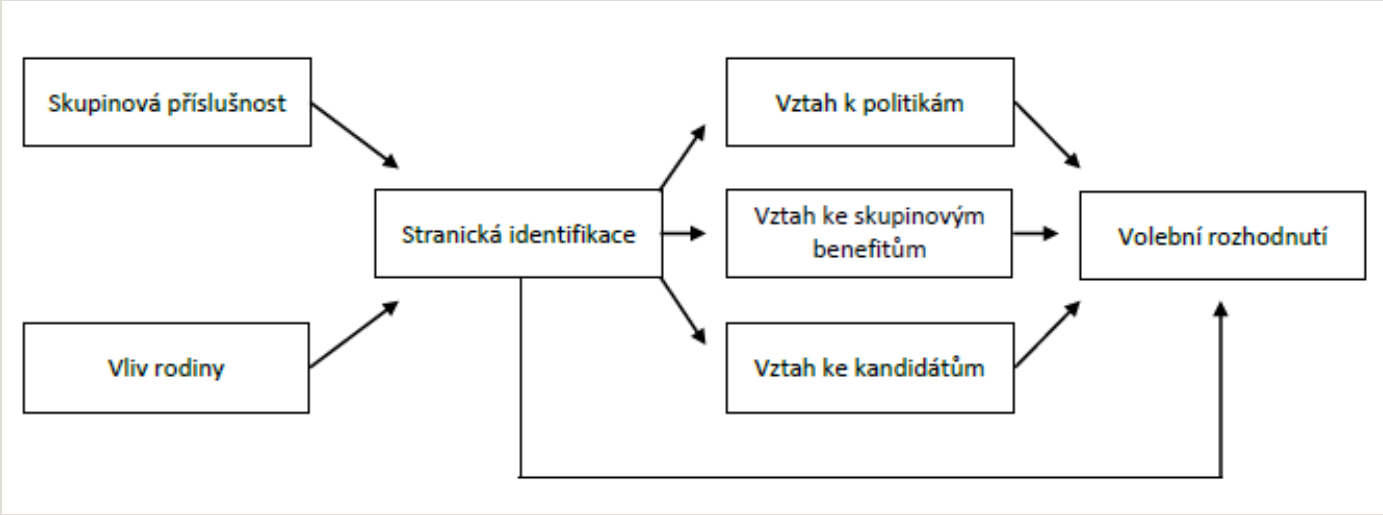
KLÍČOVÝ POJEM- SOCIALIZACE (SOCIOLOGIE POLITIKY)

- Osvojování norem dané skupiny, přenáší rodiče
- Snižuje význam dalších charakteristik (věk, pohlaví) pro vysvětlení volby

POLITICKÁ SOCIOLOGIE- CLEAVAGES

- Budování skupinových identit není ani tak mikro, ale makro proces (souvisí s budováním národních států)- **Lipset-Rokkan**
- Pomáhá vysvětlit, proč v některých zemích jsou politicky reprezentovány určité skupiny, zatímco v jiných ne.
- 70.léta- rozmrzání konfliktních linií, objevování nových (nová střední třída, sektorová štěpení, hodnotová štěpení- **Inglehart, Ignazi**)
- Štěpení se začínají překřižovat, roste význam analýzy stranické identifikace.

PRVNÍ POKUSY O „VELKOU TEORII“: MICHIGANSKÝ MODEL (CAMPBELL ET AL. 1960- THE AMERICAN VOTER)



TEORIE RACIONÁLNÍ VOLBY

- Downs 1957: Ekonomická teorie demokracie
- Strany i voliči **maximalizátoři užitku-** prostředkem volby
- Maximalizace nejistá a nepřesná (nejen směr, ale i intenzita preferencí)
- Vysvětlují mj. **habituální volbu** (náklady na informace), **racionální zdržení se hlasování.**
- **„Paradox hlasování“**
- Ovlivnily řadu dalších přístupů

PROSTOROVÉ TEORIE

- Downs 1957
- Politická soutěž se dá reprezentovat v prostoru (H. Hotelling, A. Smithies)
- Prostorové umístění stran ovlivněno umístěním voličů

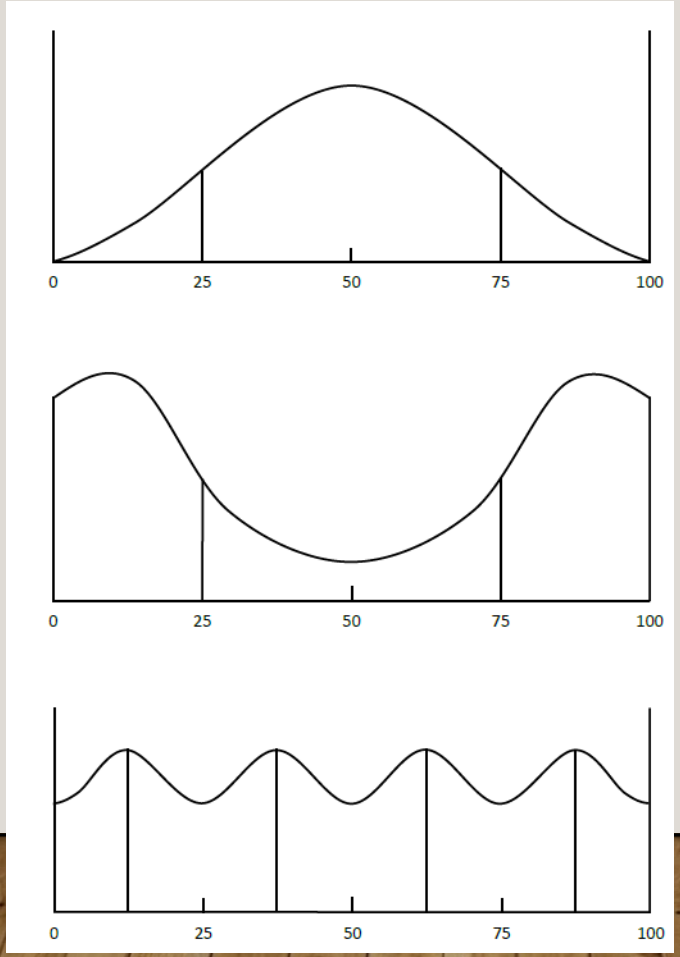
JAK SE VOLIČI ROZHODUJÍ- SMĚROVÉ A PROSTOROVÉ MODELY

- **Prostorové modely**: čistě podle prostorové blízkosti a vzdálenosti (Downs)

- **Směrové modely**: klíčové jsou status quo a intenzita zastávané pozice (Rabinowitz-McDonald)

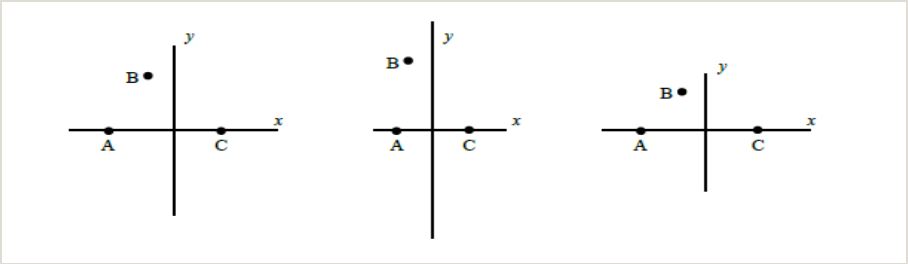
- ? Reprezentuje skutečně politologie politický prostor dobře?
- Prověřovalo se experimentálně (Lacy-Paolino 2010): častěji voliči uvažují prostorově, občas směrově.

DOWNSOVA PROSTOROVÁ ROZLOŽENÍ VOLIČŮ



JAK „VYPADÁ“ PROSTOR

- **Downs**: má více dimenzí, strany i voliči se z něj ve vlastním zájmu snaží složit jednu („ideologie“)
- **Sartori**: má jednu pravolevou plus v některých zemích ještě další.



- **Converse, Laver-Benoit-** více dimenzí, v každé zemi jiné

JAK „MĚŘIT“ PROSTOR

- Řada metod: CMP, expertní surveye, počítačově zpracovávaná analýza, legislativní hlasování, rozhovory s elitami, volební kalkulčky, crowdsourcing programů, voliči zařazují strany (žádná není ideální)

JAK PROBÍHÁ SOUTĚŽ V POLITICKÉM PROSTORU

- **Sartori: „odměňující taktika stranické soutěže“** klíčová proměnná počet stran (důležité rozložení voličů), do čtyř stran dostředivě, od čtyř stran odstředivě

- **Ezrow et al.** (2005, 2008, 2014): komplikovanější argument- ve vyspělých zemích dostředivě, v postkomunistických větší polarizace

VALENČNÍ TEORIE

- **Stokes (1963)**: v politickém prostoru obvykle strany nemohou zaujmout mnoho pozic, často jen jednu (tj. na umisťování moc nezáleží)

- Voliči volí podle toho, kdo je **v tématech kompetentnější**

VALENCE (CLARK)

- **Tématická** (všechny strany mají tytéž pozice, rozhoduje jen vnímaná kompetence)

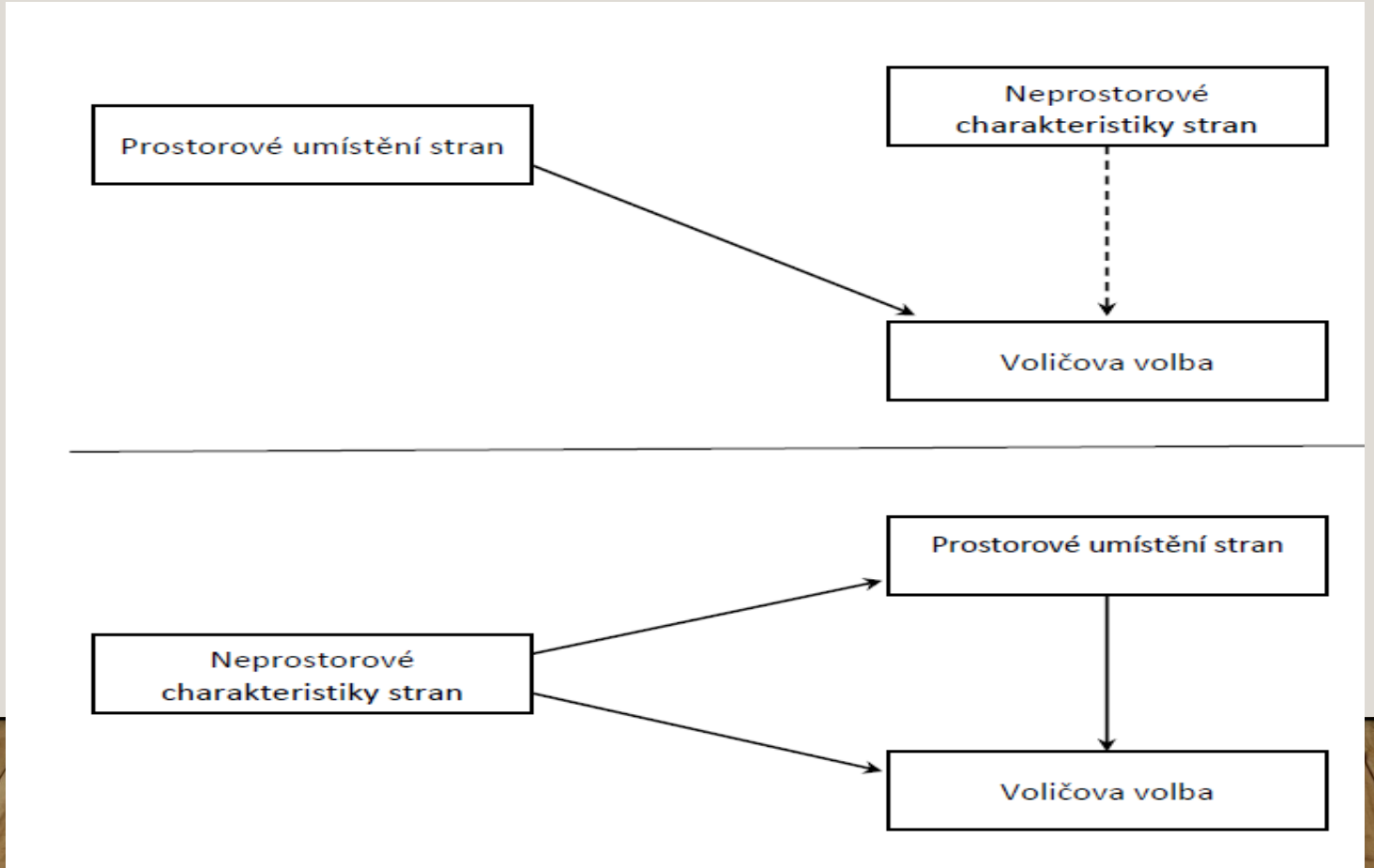
- **Obecná** (charakter kandidáta/strany, jeho výkonnost, integrita)

KRITIKA TÉMATICKÉ 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

POKUSY SPOJIT VÍCE PŘÍSTUPŮ

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



TÉMATICKÉ HLASOVÁNÍ/VLASTNICTVÍ (PODOBÁ I ODLIŠUJE SE OD VALENČNÍCH TEORIÍ)

- 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**)
- Klíčová proměnná-**palčivost**
- Asociativní a kompetenční dimenze
- Problémy s měřením

EKONOMICKÉ HLASOVÁNÍ

- Úzce spojuje **stav ekonomiky** a výsledek voleb (agregovaná teorie)
- Hodí se nejvíce do „schumpeterovských systémů“- linie mezi vládou a opozicí
- Stav ekonomiky: nezaměstnanost, inflace, růst HDP
- **Prediktivní kapacita**: Pokud vzoste/klesne ekonomika o x, sníží/zvýší se podpora vlády o y (často lineární vztah)
- Od 70.let, M. Lewis-Beck (80.-90. léta minulého století).
- Počítá se s intervenujícími „politickými proměnnými“ (efekt obhájce, efekty volebního cyklu)

ZPŘESŇOVÁNÍ MODELU

- Institucionální rámce zemí se liší, není shodná velikost efektu
- Liší se i behaviorální aspekty, voliči si musí být jisti odpovědností vlády za ekonomiku („**clarity of responsibility**“), nová proměnná ideologické zázemí vlády (souvisí s tématickým vlastnictvím).
- Geografická disagregace
- Úvahy o tom **„kolik voliči vědí“** (přesun k subjektivní ekonomické situaci).