

# Pozice, valence, tematické vlastnictví a volební soutěž

Roman Chytilík, 3.12. 2024 POLn6000

# Tři strategie ve stranické soutěži a volební chování

- Aktéři (kandidáti, strany) ve stranickopolitické soutěži mají při nakládání s politickými tématy 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/rozhodování jde? Tematické vlastnictví vs. stranická identifikace (Lanz 2014)

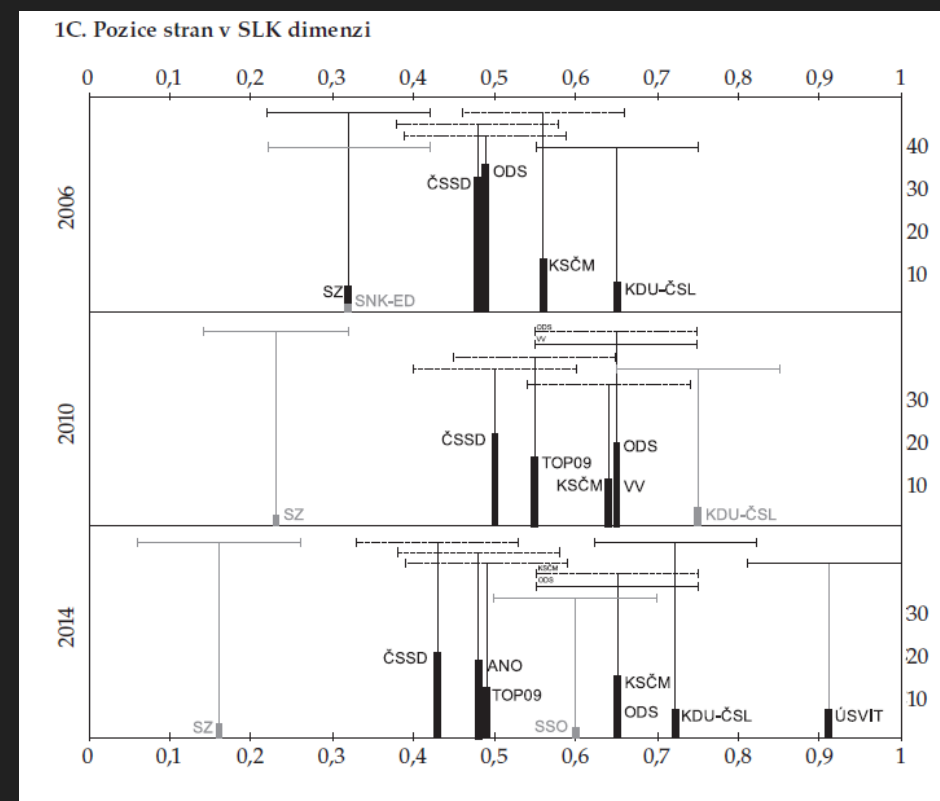
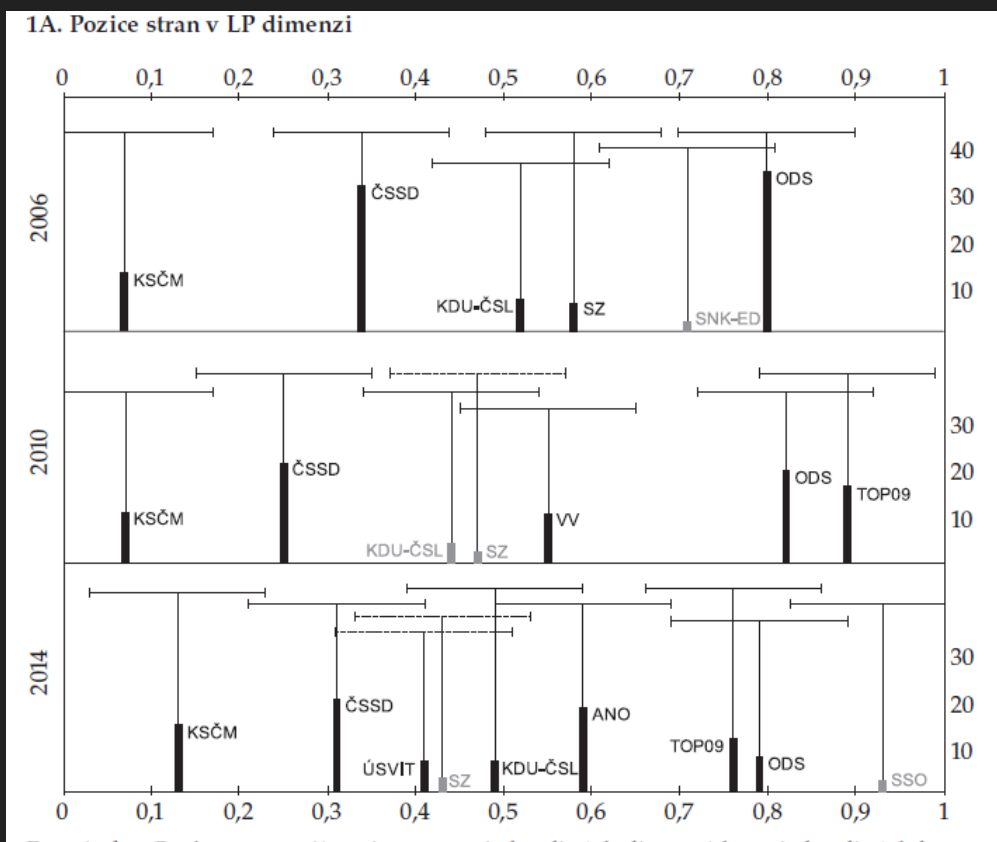
| Typ respondenta z hlediska stranické identifikace a přiznání kompetenčního tematického vlastnictví v nejpálčivějším tématu | Četnost |
|--|---------|
| Nedeklaroval blízkost k žádné straně, některé ze stran přiřadil kompetenci v nejpálčivějším tématu                         | 17%     |
| Deklaroval 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 (obranná soutěž)**, 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)

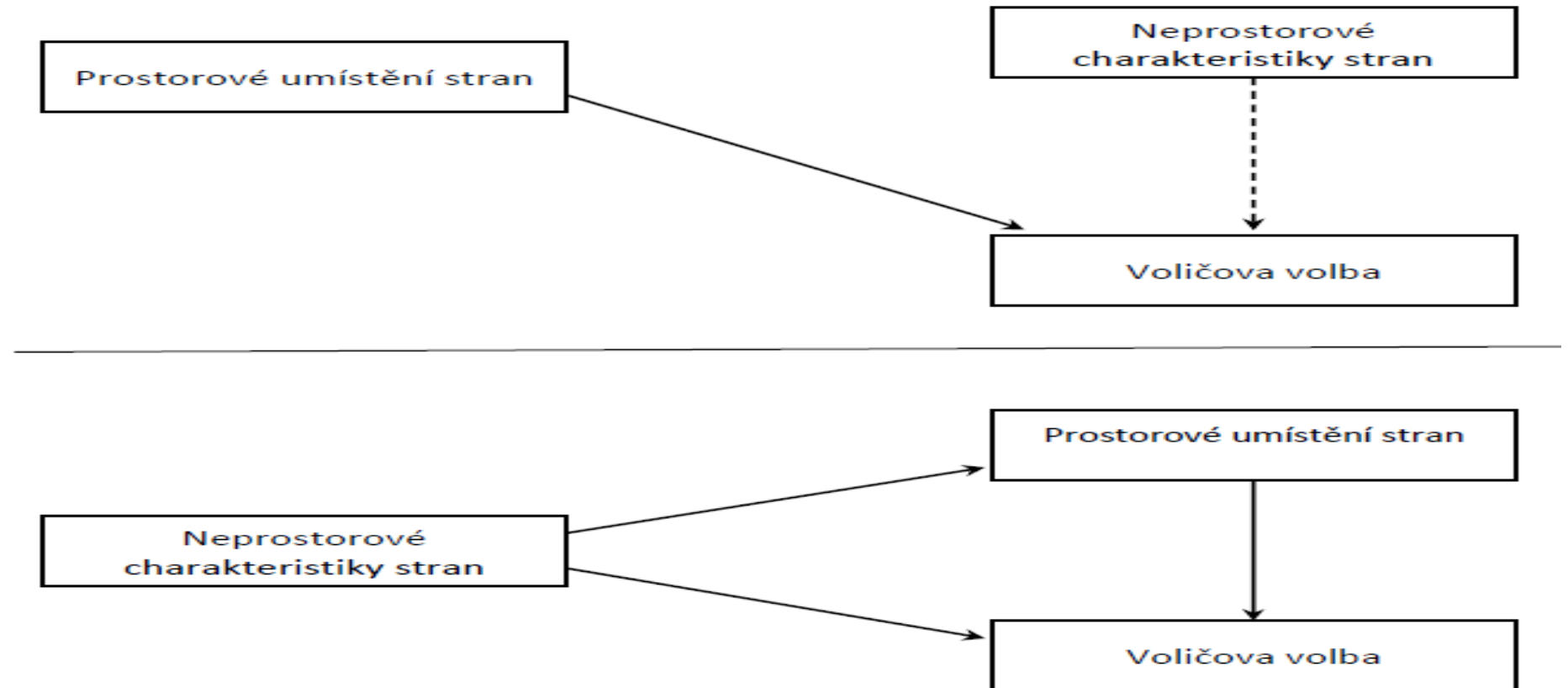
# Kritika tématkové valence

- **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)

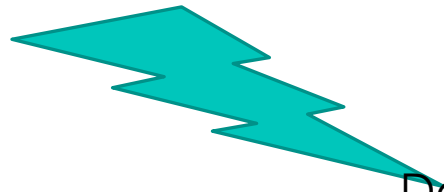
- Zvyšování nebo naopak snižování palčivosti jednotlivých témat má bezprostřední efekt na volební zisk strany
- Volič volí ty strany, kterým přiznává nejvyšší kompetenci v nejpalčivějších tématech v době voleb
- Strany se víc liší v palčivosti než v pozicích
- **? PROČ V EVROPSKÝCH MULTIPARTISMECH NEEXISTUJE 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 diferenciace**)
- Širší propojení s elektorátem, kterého se téma nejvíc týká
- Přerámování



Do hry začíná vstupovat **valence**

# Jak se bojuje témata (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 spolu souvisí valence, prostor a tematické vlastnictví

| Typ tematické soutěže                       | Odměňující taktika   | Intervenuje   | Výsledný stav   |
|---|--|---|---|
| <b>Prostorová soutěž</b>                    | Prostorové umístění vzhledem k mediánovému voliči nebo vlastnímu elektorátu (podle kontextu) | Nestejná valence stran (tematická, charakterová)                                  | Prostorová soutěž, modifikovaná valenčními úvahami          |
| <b>Valenční soutěž</b>                      | Důraz na valenční témata, v nichž má strana vysokou valenci                                  | Charakterová valence, pobídky k poziční diferenciaci                              | Prostorová soutěž, modifikovaná valenčními úvahami          |
| <b>„Boj tématy“ (tematické vlastnictví)</b> | 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 návazanost 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 návazanost 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)

# Diskuse: 10 let poté

- **Jak se dnes soutěží v ČR/SR?**
- **Kladou strany větší důraz na pozice, valenci nebo selektivní palčivost témat?**
- **Jak k tomu přispívají nové politické strany?**

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

