
Ciljevi i strategije stranačkog natjecanja

ANDRIJA HENJAK*

Sažetak

Autor razmatra fenomen stranačkog natjecanja koristeći literaturu teoretičara bliskih teoriji racionalnog izbora koja ne pretpostavlja usku vezu političkih poduzetnika s društvenim grupama. Na ovaj način želi pokazati da stranačko natjecanje ima svoju vremensku dimenziju u okviru koje stranke imaju različite ciljeve koji ovise o njihovoj kompetitivnoj situaciji. Nakon toga pokazuje da su različiti modeli analize stranačkog natjecanja umnogome povezani s početnim pretpostavkama o kojima ovisi njihova eksplanatorna snaga. U završnom dijelu rada autor daje opis faktora koji su važni za izbor ciljeva i strategija stranačkog natjecanja, pri čemu posebnu pažnju pridaje faktoru stranačke organizacije.

Uvod

Stranačko natjecanje je pojava po kojoj se demokratski politički sustavi najizrazitije razlikuju od drugih tipova političkih sustava. Ono što demokratski politički sustav čini demokratskim je kompetitivni stranački sustav u kojem je mogućnost stranke da ostvari kontrolu nad vladinim institucijama ograničena samo njezinom kompetitivnom pozicijom u stranačkom sustavu.

Način na koji se gleda na ulogu stranaka u političkom sustavu uvelike određuje način na koji se gleda na stranačko natjecanje. Lipset i Rokkan su u svojem eseju *Party systems and voter alignments* naveli dvije funkcije političkih stranaka: ekspresivnu i instrumentalnu. Ekspresivna funkcija podrazumijeva predstavljanje različitih društvenih grupa, njihovih preferencija, suprotnosti među grupama, te zahtijeva za određenom vrstom aktivnosti koje se temelje na njima. Instrumentalna funkcija podrazumijeva suradnju stranaka s drugim strankama, stvaranje kompromisa i pogodbi, te kroz njih, ispunjavanje zahtjeva društvene grupe koju stranka predstavlja. U ovom su modelu stranke usko povezane s društvenim grupama koje predstavljaju pa se može pretpostaviti da su preferencije stranačkih vodstava prilično bliske preferencijama grupa koje zastupaju. Lipsetova i Rokkanova hipoteza zamrzavanja glavni je faktor koji ograničava stranačke strategije. Ona se najvećim dijelom temelji na pretpostavci da stranke svoje biračke grupe prožimaju masovnim organizacijama i tako ih trajno vežu za sebe, što dovodi do sužavanja prostora političke mobilizacije.

* *Andrija Henjak*, diplomirani politolog.

Na suprotnoj strani nalazi se teorija racionalnog izbora u kojoj stranke ne predstavljaju određene društvene grupe nego su one poduzetnici koji članovima društva pomažu u rješavanju problema kolektivnog djelovanja i proizvodnje javnih dobara. Teorija racionalnog izbora definira političke stranke kao organizacije koje nastaju kako bi političari lakše riješili probleme resursa koji su im potrebni za političko natjecanje i kako bi povećali svoju pregovaračku snagu u odnosu na druge aktere (Laver, 1997.: 85-87). U ovom pristupu nije bitno ima li politički poduzetnik vlastite političke preferencije ili politiku shvaća isključivo instrumentalno, kao sredstvo za postizanje neke koristi od kontrole vlasti. Bitno je to da jedino kontrola nad sustavom za donošenje kolektivnih odluka može omogućiti stranačkim akterima da zadovolje svoje osobne preferencije i svoju društvenu funkciju. Političari se mogu identificirati s politikama i biti njima motivirani, ali isto tako mogu politiku shvaćati isključivo instrumentalno, kao sredstvo u natjecanju s konkurentima. Pristup racionalnog izbora ne pretpostavlja usku povezanost političkih poduzetnika s društvenim grupama. Racionalni političari i racionalni birači teže maksimalizaciji vlastite koristi, i stoga teže izabrati strategije koje će im omogućiti da taj cilj postignu. Ove pretpostavke impliciraju da stranke imaju prilično veliku slobodu u izboru strategija natjecanja, i da je područje političke mobilizacije relativno otvoreno.

U prvom dijelu teksta bit će prikazani ciljevi stranačkog natjecanja i način na koji ti ciljevi mogu biti raspoređeni u vremenskoj dimenziji. Cilj je da se pokaže da stranačko natjecanje ima svoju vremensku dimenziju, te da stranke na različitim točkama te dimenzije imaju različite ciljeve koje biraju ovisno o njihovoj kompetitivnoj situaciji. U drugom dijelu teksta bit će prikazane strategije stranačkog natjecanja. Cilj ovog djela teksta je pokazati da različiti modeli koji analiziraju stranačko natjecanje uvelike ovise o pretpostavkama od kojih polaze, te da upravo pretpostavke određuju eksplanatornu snagu modela. U posljednjem dijelu teksta bit će opisani faktori koji utječu na izbor ciljeva i strategija stranačkog natjecanja, s posebnim naglaskom na faktor stranačke organizacije.

Ciljevi stranačkog natjecanja

Djelovanje političkih stranaka u modernim demokracijama nužno je povezano s kontrolom nad institucijama za donošenje i provedbu kolektivnih odluka. Ukoliko stranka želi da njezine političke preferencije budu pretočene u javne politike ona mora, u potpunosti ili djelomično, kontrolirati institucije u kojima se javne politike donose, institucije koje ih provode, te institucije koje nadziru njihovu provedbu.

Međutim stranačko natjecanje nije jednostavan fenomen. Stranke su kolektivni akteri koji se sastoje od različitih grupa koje mogu imati različite preferencije i ciljeve. Stranke su dio stranačkog sustava unutar kojeg surađuju ili se natječu s drugim strankama, koje imaju vlastite ciljeve i političke preferencije, i stranke su po tome međusobno više različite nego slične. Stranačko natjecanje ima vremensku dimenziju, ono se ne odvija samo za izoliranih i međusobno nepovezanih izbornih kampanja i izbora, nego obuhvaća neprekinuti niz kampanja, izbora, koalicijskog pregovaranja, sudjelovanja u vladi ili u opoziciji, gubljenja i dobivanja glasačke podrške (Laver, 1997.: 137). Stranačko natjecanje odvija se u društvenom i ekonomskom kontekstu, čija promjena uveli-

ke utječe i na položaj stranke, njezine ciljeve, njezin odnos prema drugim strankama i biračkim grupama. Stoga stranački ciljevi, u danom trenutku, ne moraju nužno biti kontrola nad institucijama za donošenje kolektivnih odluka.

U svojoj knjizi *Policy, Office or Votes? How Political Parties in Western Europe Make Hard Decisions* (1999.) Kaare Strom i Wolfgang Müller razlikuju tri cilja stranačkog natjecanja koja mogu određivati stranačko djelovanje, i stranačke strategije:

- stranke mogu težiti maksimiranju izborne podrške «vote seeking»
- stranke mogu težiti kontroli (u koaliciji s drugima ili same) vladinih institucija, bez obzira na razlog «office seeking»
- stranke mogu težiti tome da svoje političke preferencije pretoče u javne politike, odnosno da vladine politike budu što je moguće bliže njihovim političkim preferencijama «policy seeking»

Izbor ciljeva stranačkog natjecanja problem je stranačkog vodstva, koje mora za ciljeve koje izabere osigurati podršku među stranačkim članstvom i aktivistima. Ovisno o cilju koje stranačko vodstvo izabere ovisit će i izbor strategije natjecanja koju će uvjetovati specifična situacija u kojoj se nalazi stranka, njezina organizacijska struktura i njezino okruženje. Ciljevi stranačkog natjecanja nisu međusobno isključivi, i pod posebno povoljnim uvjetima stranka može zadovoljiti sva tri cilja. Međutim takve situacije su rijetke i puno je veća vjerojatnost da će se stranka suočiti i s *trade-off* između različitih ciljeva (Strom i Müller, 1999.: 9-15). Stranačko natjecanje ima vremensku dimenziju u kojoj su raspoređene stranačke aktivnosti, a pošto stranka ne može ostvariti sve ciljeve istodobno, ciljevi mogu biti raspoređeni u vremenskoj dimenziji, tako da jedan cilj prethodi drugome i bude instrumentalan za njegovo ostvarenje. Dobar primjer za takvu situaciju je ponašanje austrijske SPÖ. SPÖ je 1966. godine istupila iz koaličijske vlade s ÖVP-om zbog nepovoljnog učinka ekonomske politike koaličijske vlade na njezinu biračku podršku, te kao primarni cilj postavila konsolidaciju i jačanje svoje izborne podrške. Kasnije je SPÖ na izborima 1970. osvojila većinu i formirala jednostranačku vladu, te na taj način maksimirala ciljeve kontrole vlasti i javnih politika (Strom i Müller, 1999.: pog 7.). Pojedini ciljevi mogu za stranku imati vrijednost sami po sebi ili mogu biti instrumentalni za ostvarenje nekog drugog cilja. O tome je li cilj instrumentalan ili konačan ovisit će i njegova pozicija na vremenskoj dimenziji natjecanja.

Usmjerenost na glasove «Vote seeking» ili povećanje izborne podrške ima za cilj maksimiranje broja glasova koje stranka dobi na izborima, odnosno za maksimiranjem broja mandata, sve do postizanja većine. Ovaj cilj nema svrhu sam po sebi već je instrumentalan i služi za postizanje drugih dvaju ciljeva. Za pojedine stranke usmjerenost na glasove može imati i veće značenje. Prvi slučaj obuhvaća antisistemske stranke koje mogu biti isključivo usmjerene na glasove kako bi osigurale dovoljno veliku podršku koja bi prisilila druge stranke da promjene svoj odnos prema njima i prihvate ih kao potencijalnog partnera za sudjelovanje u vladi. Dobar primjer je ponašanje talijanske PCI u godinama koje su prethodile “Povijesnom kompromisu” (Strom, Müller, 1999.: pog 6.). Drugi slučaj obuhvaća stranke kojima je sudjelovanje u vladi, u kojoj su zbog raznih razloga morale provoditi politike koje su nepopularne kod njihovih birača, donijelo gubitke u biračkoj podršci. U tom slučaju stranka može kao svoj glavni cilj

postaviti usmjerenost na glasove kako bi konsolidirala svoju izbornu podršku. Dobre primjere za ovakav tip ponašanja predstavljaju SPÖ u Austriji 1966. godine, PvdA u Nizozemskoj 80-ih i irska Laburistička stranka u nekoliko navrata tijekom 80-ih. Stranka može, ukoliko to zahtijeva kompetitivna situacija, prilagoditi svoju poziciju u stranačkom natjecanju kako bi povećala broj glasova koji dobiva na izborima. Ali usmjerenost na glasove u stranačkom natjecanju može imati isključivo instrumentalnu ulogu u ostvarenju drugih dvaju ciljeva, tako da i eventualna promjena pozicije nema konačnu svrhu povećanja broja glasova, i vjerojatnije je da je usmjerena prema ostvarenju ciljeva usmjerenih na položaje ili provođenje politika.

Usmjerenost na položaje (office seeking) podrazumijeva težnju za kontrolom nad institucijama vlasti, bez obzira na svrhu. Usmjerenost na položaje može biti cilj sam po sebi, ali može biti i instrumentalan za postizanje ciljeva koji se tiču provođenja politika koje stranka preferira. Osim vladinih portfelja koji su rezervirani za vodstvo stranke, i koji nose priličnu količinu prestiža, moći i povlastica, postoji čitav niz položaja na nižim razinama koji su pod vladinom kontrolom i čija popuna ovisi o vladinim imenovanjima. Oni obuhvaćaju imenovanja u državnim institucijama, javnim poduzećima i regulativnim agencijama koje su pod kontrolom vlade. Ova mjesta su u pravilu rezervirana za stranačke aktiviste i pristalice. Stranka na ovakav način može stvoriti patronažne i klijentelističke mreže, preko kojih može svoje aktiviste i pristalice učiniti ovisnima o stranačkom vodstvu. Ovaj resurs je posebno važan ukoliko je stranka malo usmjerena na ciljeve provođenja politika, ili ukoliko je vodstvo prisiljeno prihvatiti politike koje članovi ne podržavaju (Laver i Schofield, 1990.: 40-44). Među stranke koje su najizrazitije provodile ovakvu politiku možemo ubrojiti ÖVP i SPÖ u Austriji do početka 90-ih, DC u Italiji do 1993. godine i PSOE u Španjolskoj od 1982. do 1996. godine. Za DC i PSOE karakteristična je bila činjenica da su se njihovi aktivisti vezali uz stranke uglavnom zbog toga što su im one pružale velike mogućnosti patronaže, što je vodstvu s druge strane davalo veću slobodu djelovanja, dok je austrijski slučaj posljedica posebnog režima proporcionalne podjele položaja koji je nastao nakon Drugoga svjetskog rata u konsocijacijskoj fazi austrijske demokracije.

Sudjelovanje u vlasti, osim što samo po sebi pruža velike koristi je i instrumentalno za provođenje javnih politika. U koalicijskim vladama stranka čije su preferencije za javne politike posebno izražene u određenom resoru može težiti tome da ostvari kontrolu nad tim resorom, dok joj kontrola nad nekim drugim resorom ne bi bila ni približno toliko važna. Stranka može imati potpunu kontrolu nad određenim područjem javnih politika tek kada kontrolira resor koji pokriva to područje (Laver i Schofield 1990.: 55-58, Laver i Shepsle, 1996.: 30-36). Resorno ministarstvo jedino raspolaže dovoljnom količinom informacija i znanja za donošenje i provedbu detaljnih politika. Osim toga šef pojedinog resora ima gotovo potpunu kontrolu nad pitanjima koja ne dolaze pred kabinet nego se rješavaju u ministarstvu, on može utjecati na to koja pitanja dolaze pred kabinet a koja ne, i može utjecati na odlučivanje u kabinetu budući da ima najbolje informacije o pitanjima svog resora. Kabinet gotovo nikad ne formira prijedloge javnih politika. To čini kontrolu resora u kojem stranka ima izražene preferencije za provedbu politika instrumentalnim za stvarnu kontrolu i oblikovanje javnih politika za koje je stranka zainteresirana. Stoga će kontrola nad sustavom formiranja i provedbe javnih politika biti instrumentalna za stranku koja je usmjerena na provođenje preferiranih politika. Moguće je da stranka usmjerena na provođenje politika izabere, ukoliko institucionalni

obrazac pogoduje tome, da ne sudjeluje u vladi, nego da uvjetuje svoju podršku vladi koncesijama i mogućnošću da iz opozicije sudjeluje u kreiranju politika (pogotovo u sustavima u kojima parlament i njegovi odbori imaju veliku ulogu u formiranju politika, ili u kojima postoje neokorporativističke institucije koje sudjeluju u formiranju i provedbi politika) (Strom i Müller, 1999.). Međutim ako se uzmu u obzir gore navedene činjenice, i to da osim formiranja politika veliku ulogu ima i provedba, te koji akteri sudjeluju u tome, tada se može reći da jedino sudjelovanje u vladi pruža dovoljno velike mogućnosti utjecaja na javne politike.

Usmjerenost na provođenje politika (policy seeking) označava težnju stranke da maksimizira svoj utjecaj na javne politike, i da te politike što je moguće više, idealno u potpunosti, približi vlastitoj idealnoj poziciji (Strom i Müller, 1999.: 7). Provođenje politika, osim što ima vrijednost samo po sebi, može imati i instrumentalnu ulogu. Pristup racionalnog izbora pretpostavlja da, bez obzira svidala se stranačkom vodstvu ili ne pozicija koju ono zagovara, i bez obzira na to je li vodstvo motivirano provođenjem politika ili ne, politike imaju instrumentalnu funkciju u okupljanju izborne podrške (Laver, 1997.: 150, Downs, 1957.: 35). Moguće je da stranke i političari uistinu žele provesti politike koje zagovaraju, ali glavna funkcija politika je osiguravanje izborne podrške. Osim toga, bez obzira čime su stranački vođe motivirani oni trebaju očuvati svoju vjerodostojnost. Birači prilikom izbora ne vrednuju stranku samo po sadržaju njezinih poruka, već i po vjerojatnosti da će ih i ispuniti. Kako se izbori periodično ponavljaju, stranački vođe, bez obzira na to preferiraju li intimno politike koje promoviraju ili ne, morat će ih zagovarati s jednakom uvjerljivošću.

Stranke, kao i birači, imaju svoju idealnu poziciju, i ne vrednuju sve politike jednako, niti misle da sve politike imaju jednake učinke. Međutim, stranka može biti u situaciji kada mora, zbog sudjelovanja u vladi, a što je uvjet za provođenje politika, napraviti kompromis kojim se odriče jednog dijela kako bi se ispunio drugi dio njezinih ciljeva. Laver i Shepsle idealnom pozicijom stranke drže onu koju stranka može ostvariti u stvarnom svijetu, a ne onu koju bi najviše željela ostvariti (1996.: 27). Stranka koja želi utjecati na javne politike prihvaća poziciju koja je ostvariva s obzirom na okruženje, koja joj neće onemogućiti sudjelovanje u vladi, i koja nije neprihvatljiva drugim strankama s kojima mora surađivati. Stranka koja će se u potpunosti držati svoje idealne pozicije javnih politika je ona čija je biračka podrška neelastična na promjenu pozicije stranke (Kitschelt, 1994.: 129). Takva će stranka nastojati uvjeriti birače u ispravnost svoje pozicije jer su joj druge mogućnosti ograničene. Postoji mogućnost da stranka, u uvjetima promjene kompetitivnog okruženja, modificira svoju idealnu poziciju. Međutim to nije ostvarivo bez promjene dominantne koalicije aktivista i vodstva koja vodi stranku (Kitschelt, 1994., Strom i Müller, 1999.). Promjena pozicije stranke nastupa nakon promjene unutarnjih odnosa snaga u stranci i promjene vodstva, a nikad obratno. Da bi promjenila svoju poziciju, osim promjene vodstva, stranka mora promijeniti i političku semantiku koju koristi u porukama kojima se obraća biračima (Kitschelt, 1994.: 254-256).

Strategije stranačkog natjecanja

Strom i Müller analizirali su način na koji stranke donose odluke o ciljevima i koji faktori utječu na izbor tih ciljeva. Strategije i ciljevi nisu isto, iako često postoji velika povezanost između određenog cilja i strategije koja se koristi za ostvarenje tog cilja. Izbor cilja ovisi najviše o organizaciji stranke i preferencijama dominantne koalicije koja strankom upravlja, dok izbor strategija ovisi o kompetitivnom okruženju stranke.

Pri formiranju modela strateškog ponašanja stranaka u stranačkom natjecanju moraju se odrediti uvjeti pod kojima pojedini model vrijedi i ograničenja njegove primjenjivosti. Istraživači ovdje polaze od različitih pretpostavki. Možda je najznačajnija ona koja se odnosi na mogućnosti stranaka da mijenjaju strukturu biračkih preferencija i distribuciju biračkih grupa te da manipuliraju brojem dimenzija stranačkog natjecanja. Pored toga, vrlo veliki značaj imaju pretpostavke koje tvorci modela imaju o načinu na koji birači formiraju svoju odluku, odnosno, o teorijama glasanja koje ugrađuju u model. Ovisno o tome koje od ovih pretpostavki budu uključene u model, ovisit će vrsta i raspon strategija koje model može analizirati.

Kod distribucije biračkih preferencija postoje dvije mogućnosti koje će uvjetovati izbor strategije (Dunleavy, 1991.: 112-114, 119). Prva mogućnost je da stranka ne može mijenjati krivulju agregatne distribucije preferencija, te da su eventualne promjene rezultat faktora koji su izvan utjecaja stranačkog djelovanja, pogotovo kratkoročno. U tom slučaju, stranke mogu provoditi samo strategije akomodacije preferencija, odnosno, moraju svoje strategije prilagoditi postojećoj distribuciji biračkih grupa. Druga mogućnost je da stranke mogu donekle utjecati na oblik krivulje agregatne distribucije preferencija, bilo da takva aktivnost proizvodi samo trenutne efekte ili ima dulje trajanje. U tom slučaju stranka će moći dijelom oblikovati svoje kompetitivno okruženje, neće morati žrtvovati svoje izvorne preferencije i imat će veću fleksibilnost u izboru strategija natjecanja.

Pitanje mogu li stranke utjecati na broj dimenzija stranačkog natjecanja ili se moraju prilagoditi postojećoj situaciji, drugo je bitno pitanje koje određuje strukturu modela. Ukoliko stranke mogu utjecati na relativno značenje pojedinih dimenzija natjecanja, ili ukoliko mogu mobilizirati birače na novoj dimenziji natjecanja, tada će pritisak na stranke da svoje pozicije prilagode postojećoj distribuciji biračkih preferencija biti manji, a fleksibilnost u izboru strategija veća. Pritom je bitna razlika nalaze li se na toj dimenziji velike grupe birača ili samo manji njihovi dijelovi, te koliki intenzitet preferencija imaju birači na drugoj dimenziji. Većina autora drži da je malo vjerojatno da dimenzija koja ima veliki mobilizacijski potencijal neće biti mobilizirana, te sukladno tome pretpostavljaju da se na toj dimenziji nalaze samo manje biračke grupe koje imaju dovoljno jak intenzitet preferencija da bi aktiviranje te dimenzije moglo utjecati na njihovu odluku (Kitschelt, 1994., Laver, 1997., Schofield, 1997.). Dok većina birača može na novoj dimenziji imati preferencije koje po smjeru mogu biti mobilizirane, malo je vjerojatno da je njihov intenzitet dovoljno jak da bi se to i dogodilo, a pogotovo nije vjerojatno da bi preferencije na toj dimenziji mogle odlučivati o izboru stranke.

Faktor koji ima vjerojatno najveći utjecaj na to kakve će strategije biti moguće u pojedinom modelu je tip glasanja. Najveći dio modela koji analiziraju stranačko natjecanje su prostorni modeli natjecanja (Schofield, 1997., Ordershook, 1997.). Većina tih

modela pretpostavlja pristup blizine (*proximity*) analizi glasanja, koji se obično povezuje sa Anthonyem Downsom, i koji pretpostavlja da birači glasaju za kandidate koji su najbliži njihovoj idealnoj poziciji, odnosno poziciji politike od koje će, ukoliko se provede, pojedinačni birač imati najviše koristi. Funkcija korisnosti koju pojedini birač ima od pojedinog kandidata u pristupu blizine opada što se kandidat više udaljava od biračeve idealne pozicije. Stanovitu sličnost s pristupom blizine ima pristup diskontiranja (*discounting*) Bernarda Grofmana (Merrill i Grofman, 1999: 22-23). Grofman pretpostavlja da birač ne očekuje da će stranka ispuniti u potpunosti svoju deklariranu politiku, odnosno promijeniti poziciju trenutnog *status quo* na deklariranu poziciju. Birač, stoga, prilikom donošenja odluke, u svoju računnicu koristi koju mu glasovanje za neku stranku donosi, ubacuje faktor za koji treba diskontirati deklariranu stranačku poziciju da bi se dobila pozicija za koju se realno može očekivati da će je stranka provesti. S obzirom na to, postoji mogućnost da birač glasa za stranku čija idealna pozicija nije na njegovoj idealnoj poziciji, ali čija politika je usmjerena prema njoj ili joj je bliska.

Pristup smjera (*directional*), pretpostavlja da su birači i stranke razmješteni u određenom političkom prostoru, međutim, zbog poteškoća i troškova koje birač ima u dobivanju potpunih informacija o stranačkoj politici, biraču će biti dovoljno da su deklarirane politike stranke za koju glasa usmjerene u istom smjeru u kojem se nalazi njegova idealna pozicija javnih politika. Matthehs drži da je dovoljno da stranka ima deklariranu politiku koja je usmjerena u istom smjeru kao i idealna pozicija birača. Rabinowitz i Macdonald smatraju da osim smjera stranačke deklarirane politike, birači gledaju i na intenzitet. Tako će birači biti skloniji podržavati stranke koje imaju veći intenzitet preferencija za pojedine politike nego oni sami (Merrill i Grofman, 1999.: 23-32). Funkcija korisnosti koju pojedini birač ima od glasanja za kandidata u pristupu smjera raste što se kandidat intenzivnije zalaže za politike koje su usmjerene prema točki koju on preferira.

Teorija glasanja koja uzima u obzir relativnu važnost biračkih preferencija (*salience*) drži da samo manji broj pitanja koja su predmet stranačkog natjecanja imaju pozicijski karakter, odnosno da se preferencije birača potpuno razlikuju samo u malom broju politika. U velikom broju politika birači imaju slična gledišta. Ono po čemu se birači razlikuju je intenzitet preferencija koje imaju prema pojedinim politikama, percipiranju mogućnosti da određena politika ostvari određeni cilj (to više što su ciljevi općenitiji), te percepciji vjerodostojnosti i sposobnosti stranaka da provedu neku politiku. S obzirom na to birači će biti skloni izabrati stranku koja slično rangira pojedine politike po relativnom značenju kao oni sami, odnosno s kojom dijele isti intenzitet preferencija za te politike, za koju vjeruju da je u stanju provesti te politike, te ako vjeruju da će politike koje stranka zagovara postići svoj cilj (Kitschelt, 1994.: 202-204). Na taj način, birači, velikim dijelom, biraju stranke ovisno o tome koliko pozornosti one posvećuju pojedinom pitanju, njihovoj uvjerljivosti u prezentiranju svojih sposobnosti da te politike provedu, te hoće li uvjeriti birače da njihove politike mogu postići cilj (Kitschelt, 1994.: 202). Racionalna strategija za stranku koja želi povećati svoju izbornu podršku sastoji se u pokušaju da promjeni relativnu uogu pojedinih pitanja u stranačkom natjecanju i navede birače da ta pitanja identificiraju sa strankom. Također, stranka može pokušati mobilizirati birače oko potpuno nove dimenzije natjecanja. Kitschelt napominje da stranka može koristiti novo pitanje u stranačkom natjecanju, međutim kad se jednom identificira s njime ono postaje dio ukupnog seta stranačke ideologije, i tada ga je vrlo

teško mijenjati. Osim toga moguće je da pojedino pitanje bude povezano s drugim kompatibilnim pitanjima i da se ne može preuzeti izolirano od njih. Stranka stoga može biti prisiljena preuzeti čitav set međusobno povezanih politika (Kitschelt, 1994.: 203).

U svojoj analizi europskih socijaldemokratskih stranaka Herbert Kitschelt je kao jedan aspekt analize prikazao i strategiju stranaka. Iako je prvotna svrha bila analizirati strategije socijaldemokratskih stranaka, nastali su strateški modeli koji se ne odnose samo na socijaldemokratske stranke. Kitschelt tako razlikuje tri tipa strategija koje stranke mogu izabrati (1994.: 119-130):

- *Maksimiranje broja glasova* koje stranka dobiva na izborima.
- *Pivotiranje*, odnosno zauzimanje pozicije središnjeg zakonodavca i/ili birača na ideološkom spektru, tako da nijedna ideološki povezana vlada ne može biti formirana bez stranke koja pivotira.
- *Oligopolistička konkurencija*, odnosno strategija eliminiranja stranke koja cilja na slične ili iste biračke grupe, na način da se preuzmu njezine poruke i pozicija prema javnim politikama.

Sve ove strategije temelje se na teoriji prostorne konkurencije, i postojanju samo jedne glavne dimenzije distribucije biračkih preferencija. Prostor stranačkog natjecanja koji Kitschelt analizira ima dvije dimenzije na kojima mogu biti raspoređene preferencije birača i stranaka, distributivna dimenzija lijevo-desno, te komunitarna dimenzija autoritarno-libertarno. Međutim, biračke grupe su distribuirane najvećim dijelom tako da tvore jednu dimenziju natjecanja koja se proteže od lijevo-libertarnih do desno-autoritarnih politika. Kitschelt tvrdi da ova pretpostavka ne isključuje mogućnost da postoje stranke koje se nalaze izvan dominantne dimenzije natjecanja. Treba naglasiti da se izvan glavne dimenzije nalaze samo male biračke grupe za koje se natječu male stranke i koje ne dovode u pitanje valjanost osnovne pretpostavke o jednodimenzionalnoj distribuciji preferencija (1994.: 124).

Maksimizacija broja glasova, pripada u jednostavan tip prostornog modela natjecanja. U svom izvornom obliku potječe od Anthoniya Downsa (Downs, 1957.). Downs predviđa da će pozicija stranaka na dimenziji natjecanja ovisiti o obliku krivulje agregatne distribucije preferencija, koja obuhvaća agregirane preferencije svih birača koji se nalaze raspoređeni duž nje. Stranka nastoji maksimalizirati svoju izbornu podršku prilagođavajući se obliku krivulje agregatne distribucije preferencija. Sloboda izbora pozicije stranke je pritom ograničena prijetnjom ulaska novih stranaka u natjecanje i potrebom da stranka zadrži vjerodostojnost kod svojih birača. (Downs, 1957.: 110-125). Uspjeh ove strategije ovisi o tome kako izgleda krivulja agregatne distribucije preferencija, broju stranaka u stranačkom sustavu, broju suparnika koje stranka ima “lijevo” i “desno” od sebe, i troškovima ulaska novih stranaka u natjecanje.

Stranka će biti u povoljnom položaju ako se njezina pozicija na dimenziji natjecanja nalazi na mjestu gdje krivulja agregatne distribucije preferencija doseže svoj vrhunac i ako oko njezine pozicije nema bliskih suparnika. Ukoliko se pozicije stranke koja provodi ovaj tip strategije i pozicije njezinih suparnika suviše približe, to može imati za posljedicu gubitak glasova zbog apstinencije. Do apstinencije može doći zbog indiferencije, jer birač ne vidi razliku u poziciji među strankama, ili zbog otuđenosti, kad se

stranke nalaze daleko od biračeve idealne pozicije. Ukoliko postoji veliki stupanj ideološke mobilizacije birača, odnosno, ako birači imaju veliki intenzitet preferencija za određene politike, stranka će imati vrlo male mogućnosti promjene pozicije kako bi maksimirala broj glasova, a da pritom izbjegne velike gubitke u podršci.

Velika mogućnost ulaska novih stranaka u stranačko natjecanje ograničava slobodu stranaka u primjeni ovog tipa strategije. Mogućnost pojave novih stranaka ovisit će o visini praga reprezentacije i o troškovima ulaska u stranačko natjecanje i održavanja u njemu, o tome postoji li velika grupa nepredstavljenih birača, te o tome da li stranke implicitno surađuju na tome da svojim izborom pozicija na dimenziji stranačkog natjecanja onemogućuju ulazak potencijalnih suparnika. (Kitschelt, 1994.). Osim zbog mogućnosti ulaska novih stranaka u natjecanje, stranka je ograničena i potrebom da očuva svoju vjerodostojnost u percepciji birača. Potreba za održanjem vjerodostojnosti ograničava mogućnost da stranka na svaku promjenu u svom kompetitivnom okruženju reagira promjenom pozicije.

Model maksimalizacije broja glasova postoji u velikom broju različitih varijanti koje se razlikuju u čitavom nizu pretpostavki (koje se tiču broja stranaka u sustavu, mogućnosti ulaska novih stranaka u natjecanje, slobode kojom stranke mogu mijenjati svoju poziciju na dimenziji natjecanja, vrijednost očuvanja vjerodostojnosti pred biračima). Svaka od ovih pretpostavki, ukoliko je ugrađena u model, bitno određuje njegove mogućnosti.

Pivotiranje, zajedno s oligopolističkom konkurencijom spada u složeni tip prostornih modela natjecanja. Strategija pivotiranja sastoji se u tome da stranka nastoji zauzeti poziciju središnjeg birača/zakonodavca, tako da nijedna koalicijska vlada koja ima većinu mandata ne može biti formirana bez njezinog sudjelovanja, uz pretpostavku da se vlada mora sastojati od stranaka koje su ideološki povezane. Osim u slučaju stranaka čija je idealna pozicija javnih politika na dimenziji stranačkog natjecanja na poziciji središnjeg zakonodavca, stranke koje nemaju tu sreću, ako žele provoditi ovu strategiju, moraju se pomaknuti od svoje idealne pozicije prema središtu. Pritom će se te stranke morati suočiti s činjenicom da kontrolu pivota prati i gubitak glasova, a sukladno tome i mandata (Kitschelt, 1994.: 126).

Među faktorima koji utječu na izbor ove strategije su visina razlike u utjecaju na politiku vlade koju stranka ima sudjelovanjem u vladi u odnosu na opozicijski status, mogućnost da stranka koja sudjeluje u koalicijskoj vladi pretvori vlastite preferencije u vladine politike i da svoj utjecaj učini vidljivim biračima, te koliko stranka cijeni kontrolu nad vladinim institucijama samu po sebi. Stranke koje su dugo vremena provele u opoziciji posebno će visoko vrednovati sudjelovanje u vladi.

Blizina stranke pivotalnoj poziciji, distribucija i koncentracija biračkih grupa u centru ili oko centra faktori su koji će imati utjecaj na uspjeh strategije. Što je više birača koncentrirano u centru i što su vlastiti birači bliže centru to će biti lakše provoditi takvu strategiju, nasuprot situaciji u kojoj stranka ima radikalne birače koji se nalaze na stanovitoj udaljenosti od centra (Kitschelt, 1994.: 127). Stupanj ideološke mobilizacije birača, pogotovo kod onih stranaka koje nisu blizu središnje pozicije na dimenziji natjecanja je ograničavajući faktor. Što je stupanj ideološke mobilizacije birača veći, to će oni biti spremniji napustiti stranku koja se udalji od njihove preferirane pozicije.

Posebni faktori su i broj stranaka koje su locirane oko centra, dimenzije stranačkog natjecanja, postojanje većeg broja glavnih dimenzija stranačkog natjecanja. Što je više stranaka koncentrirano oko centra to će pivotiranje biti teže. Kod više glavnih dimenzija natjecanja biti će vrlo teško kontrolirati pivot na obje dimenzije, u nekim slučajevima i nemoguće. Iznimku čine stranke koje imaju dominantnu poziciju u stranačkom sustavu. Schofield definira dominantnu stranku kao onu koja ima više mandata od bilo koje druge stranke, i koja se periodično nalazi u takvoj poziciji da stranke raspoređene ni desno ni lijevo od nje na obje dimenzije ne mogu tvoriti većinu (1997.: 286-290). Osim dominantne pozicije stranka u dvodimenzionalnom natjecanju može tvoriti dio političkog srca koji čine stranke čija je pozicija u stranačkom sustavu takva da se nalaze na medijanu na bar jednoj dimenziji, i sudjelovanje kojih je, osim jedne, neophodno za stvaranje većine (Schofield, 1997.: 286-290).

Visina praga reprezentacije i visina troškova ulaska novih stranaka, također je faktor. Ukoliko su i prag reprezentacije i visina ulaznih troškova veliki, utoliko će biti manja vjerojatnost da će se pojaviti nove stranke koje će mobilizirati biračke grupe stranke koja primjenjuje strategiju pivotiranja (Kitschelt, 1994.: 144).

Oligopolistička konkurencija je strategija u kojoj stranka pokušava eliminirati bliskog suparnika s kojim konkurira za podršku kod istih ili bliskih biračkih grupa, kako bi kasnije maksimizirala svoju izbornu podršku. Strategija se provodi tako da stranka izabere poziciju koja je bliska ili slična stranci koju napada. Izbor ovakve strategije često kratkoročno dovodi do gubitka izborne podrške i sudjelovanja u vladi, ali ona je usmjerena na ostvarivanje dugoročnih koristi, izraženih kroz povećanje biračke podrške, sudjelovanje u vladi ili oboje. Ovakav tip strategije provodit će stranke koje imaju male šanse za sudjelovanje u vladi, stranke čiji je utjecaj na politiku vlade u kojoj sudjeluju neznan, te stranke koje ako žele sudjelovati u vladi moraju napraviti velike koncesije u svojim preferiranim politikama.

Ovaj se tip strategije ne može provoditi protiv etabliranih stranaka koje imaju stabilno biračko tijelo i stabilnu organizacijsku strukturu. Preuzimanje birača etablirane stranke moguće je samo onda kad ona sama promijeni svoju idealnu poziciju javnih politika i kada nova pozicija nije bliska njezinim biračima. Ovakva strategija je najprimjenjivija protiv novih stranaka koje nemaju stabiliziranu biračku podršku, te protiv etabliranih starih stranaka čija se izborna podrška smanjuje zbog promjena u ekonomskoj i društvenoj strukturi.

O tome koliko su visoki prag reprezentacije i troškovi ulaska u stranačko natjecanje za nove stranke, ovisit će uspjeh oligopolističke strategije. Što su troškovi ulaska viši, to će biti manje vjerojatno da će se jednom eliminirana stranka vratiti u natjecanje, a isto tako je manje vjerojatno da će stranka koja promijeni svoju poziciju dok primjenjuje ovu strategiju biti ugrožena od ulaska nove stranke. Faktor je i stupanj centralizacije države, točnije broj subnacionalnih izbora, te vrijeme između različitih izbora. Što je broj izbora manji i što je vrijeme između izbora dulje, to će ova strategija imati više šanse za uspjeh jer će broj mogućnosti za povratak napadnute stranke biti manji. Oligopolistička će konkurencija biti manje uspješna ukoliko stranka-meta ima velik broj radikalnih birača, s jakim intenzitetom preferencija za točno određene politike, koji su spremni napustiti stranku čim se ona udalji od njihove pozicije. (Kitschelt, 1994.).

Strategije koje Kitschelt opisuje temelje se na prostornim modelima natjecanja i pretpostavci da birač glasa za stranku koja je najbliža njegovoj poziciji, odnosno pristupu blizine, također one ne predviđaju mogućnost strateškog glasanja. Stranke uzimaju agregatnu distribuciju preferencija, odnosno biračkih grupa duž dimenzije natjecanja kao danu, i ne mogu je mijenjati. Međutim, Kitschelt drži da je moguće da stranka utječe na distribuciju birača duž dimenzije natjecanja tako da pokuša povećati relativnu važnost neke druge dimenzije koja siječe postojeće biračke grupe. On, doduše, pretpostavlja u svom modelu da postoji samo jedna glavna dimenzija stranačkog natjecanja oko koje su distribuirane glavne biračke grupe i oko koje se natječu glavne stranke, dok se manje biračke grupe mogu nalaziti oko sekundarnih dimenzija natjecanja, na kojima se nalaze i manje stranke. Međutim, ipak ostavlja mogućnost da stranka može povećati relativnu vrijednost neke druge dimenzije natjecanja i time privući birače koji imaju relativno velik intenzitet preferencija na toj dimenziji (Kitschelt, 1994.: 124).

Patrick Dunleavy razlikuje dvije grupe strategija koje stranke mogu provoditi i jedna grupa su strategije prilagođavanja preferencijama, a druga grupa su strategije oblikovanja preferencija (1991.: 113-119). Dunleavy također promatra stranačko natjecanje u okviru prostorne konkurencije i na jednoj dimenziji natjecanja, ali za razliku od Downsa koji smatra da stranke ne mogu mijenjati oblik krivulje agregatne distribucije preferencija, on misli da pod određenim uvjetima one to mogu (1991.: 119).

Pod strategijama prilagođavanja preferencijama Dunleavy podrazumijeva sve strategije kojima se stranke služe pri prilagođavanju distribuciji birača na dimenziji natjecanja. Strategije koje Kitschelt opisuje mogle bi se stoga ubrojiti u ovu skupinu. Te strategije prate osnovnu pretpostavku modela prostorne konkurencije da se stranka prilagođava krivulji agregatne distribucije preferencija (Dunleavy, 1991.: 113-114).

Dunleavy smatra da stranka, osim što se prilagođava preferencijama, može utjecati i na njihovo oblikovanje, a time i na oblik krivulje agregatne distribucije preferencija. Pri tom smatra da prednost imaju stranke koje kontroliraju vladu jer raspolažu s većim resursima, dok stranke u opoziciji nemaju takve mogućnosti (Dunleavy, 1991.: 119).

Strankama koje kontroliraju vlast na raspolaganju stoji nekoliko strategija:

Stranački društveni inženjering – tamo gdje obrasci političkih privrženosti odgovaraju podjeli na društvene grupe, stranka može koristiti kontrolu nad javnim politikama da proizvede za nju povoljne promjene u društvenoj strukturi. Vlada može identificirati područja u kojima su koncentrirane grupe birača koje ju podržavaju i sistematski poticati njihov rast.

Prilagodavanje društvenih relativnosti – ako i ne poveća veličinu društvenih grupa u kojima se nalazi njezina podrška, vlada može poboljšati poziciju ovih društvenih grupa kako bi učvrstila njihovu podršku. Cilj je da se kod tih grupa postigne osjećaj relativno boljeg položaja u odnosu na ostale grupe.

Upravljanje kontekstom – Vlada se može naći u situaciji da može manipulirati ukupnom situacijom zemlje kako bi ostvarila stranačke ciljeve. Posebno se to odnosi na krizne situacije, u kojima vlada ima veću slobodu djelovanja jer zbog usmjerenosti na krizu javnost manje pazi na druga pitanja. Ove strategija je provodiva samo onda kada izbije veća kriza, i vlada ju ne može konstruirati.

Institucionalna manipulacija – Ova strategija ne može ići toliko daleko da eliminiira mogućnost opoziciji da pobjedi na izborima, međutim ona može otežati položaj opozicije. Strategija je usmjerena na to da se institucionalnim promjenama povećaju šanse za kontrolu vlasti stranci koja ju trenutno ima. Među najčešće primjere ovakve strategije Dunleavy navodi promjene izbornog sustava, i to uglavnom metode prevođenja glasova u mandate i manipuliranje granicama i veličinom izbornih okruga, te promjene u sistemu lokalne uprave kako bi se opoziciji onemogućilo da dobije institucionalnu bazu za provođenje i promociju svojih politika. Najmanje sporan oblik ove strategije je tempiranje izbora u trenutak kada to najviše pogoduje stranci na vlasti.

Stranke koje ne kontroliraju vlast također imaju stranovite mogućnosti za provođenje strategija oblikovanja preferencija, međutim, te mogućnosti nisu ni izbliza tolike kolike su mogućnosti stranke na vlasti (Dunleavy, 1991.: 125) Među strategije koje stoje na raspolaganju opoziciji možemo ubrojiti:

Korištenje društvenih napetosti – stranka može namjerno poticati društvene napetosti kako bi naškodila podršci drugih stranaka i mobilizirala birače koji imaju velik intenzitet preferencija u toj sferi, a nisu inače pristalice te stranke. Najveći potencijal ova strategija ima kada se potiču društvene napetosti za koje je dotad postojao implicitni ili eksplicitni sporazum među elitama da one neće biti politizirane.

Zajednička institucionalna manipulacija – stranka može implicitno ili eksplicitno surađivati sa strankom na vlasti kako bi onemogućila ulazak novim strankama u natjecanje. Ovaj tip oligoplističke konkurencije može postaviti prepreke kao što su visok prag reprezentacije, monopoliziranje sustava za donošenje odluka od etabliranih stranaka, visoki troškovi ulaska u stranačko natjecanje.

Nametanje dnevnog reda – stranka koja nije na vlasti može pokušati nametati na javni dnevni red probleme i politike kojima vlada ne posvećuje pažnju.

Prvobitni pristup teoriji prostorne konkurencije pretpostavlja da se stranka suočava s relativno malim brojem ograničenja kada mijenja svoju poziciju na dimenziji stranačkog natjecanja. Downs navodi samo dvije, potrebu da ne izgubi vjerodostojnost, te nemogućnost preskakanja pozicije susjedne stranke (Downs, 1957.: 110-111). Međutim Dunleavy misli da stvari ipak nisu toliko jednostavne, te da se stranka suočava s puno većim brojem ograničenja. On misli da što je broj tih ograničenja veći, to će stranka biti voljnija provoditi strategije oblikovanja preferencija (Dunleavy, 1991.: 129, 136)

Među faktore koji ograničavaju mogućnost stranačkim vodstvima da svoje pozicije prilagode distribuciji biračkih grupa i prisiljava ih da provode strategiju oblikovanja preferencija Dunleavy ubraja:

Strukturu društvenih sukoba i političkih problema – kada je njihova struktura takva da stranka ne može pokušati privući nove grupe birača, a da pritom ne izgubi one koji ju dotad podržavaju.

Potrebu da stranka održi vjerodostojnost – kada birači vrlo visoko cijene dosljednost stranačkih programa od izbora do izbora i na osnovu toga vrednuju poziciju stranke.

Upotrebu ideologije u porukama koje stranka upućuje biračima – kada se stranka obraća biračima ponajprije putem ideoloških poruka s kojima je birači identificiraju.

Ograničenja koja organizacijska struktura postavlja pred stranačko vodstvo – koliko ulogu u sustavu donošenja odluka unutar stranke imaju članstvo i aktivisti (u područjima izbora za vodstvo, izbora strategije, financiranja, odgovornosti vodstva).

Asimetričnosti stranačkih organizacija – ovisno o tome koliko suparnička stranka ima mogućnosti za promjenu svoje pozicije, ovisit će hoće li stranka izabrati strategiju akomodacije ili oblikovanja preferencija.

Dunleavy drži da će djelotvornost provođenja strategija oblikovanja preferencija od stanaka koje su u vladi određivati institucionalni faktori (Dunleavy, 1991.: 136) Tako će ove strategije biti lakše provesti u centraliziranim zemljama sa slabom lokalnom upravom, pa opoziciji mogu pružiti slabu institucionalnu bazu za odgovor, nego u decentraliziranim ili federativnim zemljama s jakim lokalnom i regionalnom vladom koja je zaštićena od upletanja centra. Lakše provođenje ovih strategija bit će moguće u zemljama u kojima postoji načelo suverenosti parlamenta, koje imaju meku proceduru ustavne promjene i slabo razvijen sudski nadzor administrativnih odluka, nego u zemljama koje imaju tvrdnu proceduru promjene ustava, ustavom jasno ograničene kompetencije vlasti i razvijenu sudsku reviziju administrativnih odluka. U sustavima u kojima postoji jaka povezanost između grana vlasti bit će lakše provesti strategije oblikovanja preferencija nego u sustavima u kojima postoji odvojenost grana vlasti. Također će ih biti lakše provesti u sustavima gdje je uloga parlamenta u procesu donošenja političkih odluka slabija nego tamo gdje je parlament jači. Što se tiče izbornih sustava, oni sustavi koji su skloniji proizvodnji većina jedne stranke, kao i oni u kojima je fokus natjecanja na strankama, bit će povoljniji za izbor strategija oblikovanja preferencija nego razmjerniji sustavi, i sustavi u kojima je fokus natjecanja na individualnim kandidatima.

Pojedine odluke ne moraju nužno biti donesene sa svrhom da dovedu do promjene preferencija birača. Stvarna namjera može biti nešto drugo, međutim s obzirom na njihovu korist, dio motivacije za njihovo donošenje je i u činjenici da one mogu mijenjati preferencije birača.

Kada stranka bira svoju strategiju, ona u procesu donošenja odluke ima određenu percepciju o preferencijama birača, distribuciji biračkih grupa i o strategiji koju druge stranke namjeravaju provesti. Budući da je prikupljanje potpunih informacija o preferencijama birača i o namjeri suparnika dug i skup posao, stranka često mora donositi odluke u uvjetima ograničene racionalnosti. Stoga su česti slučajevi kada stranka izabere suboptimalne strategije zbog toga što je pogrešno procijenila svoju kompetitivnu situaciju. Suboptimalne odluke mogu nastati i u stranci koja ispravno procijeni situaciju, međutim u ovom slučaju će se raditi o posljedicama unutarstranačke politike. Osim što stranka radi pogreške, ona može profitirati i na pogreškama svojih suparnika, iako sama nije izabrala najracionalniju strategiju. Također su moguće situacije kada stranka ispravno procijeni situaciju i izabere pravu strategiju, ali se svejedno nađe u suboptimalnom položaju jer joj odnos snaga u stranačkom natjecanju i pozicije suparnika blokiraju bilo kakvu mogućnost izlaska iz takvog položaja.

Faktori koji utječu na izbor stranačkih strategija i ciljeva

Izbor stranačkih ciljeva je uvjetovan nizom faktora iz stranačkog okruženja i stranke same. Neki od njih mogu imati odlučujući utjecaj, dok neki imaju samo ograničavajući utjecaj. Müller i Strom (1999.: 285) razlikuju četiri skupine faktora koji mogu imati utjecaj na izbor koji radi stranačko vodstvo. Prisutnost ovih faktora i njihova snaga razlikuju se ovisno o konkretnim uvjetima. Ove skupine su 1) institucionalni faktori, 2) karakteristike stranačkih sustava, 3) organizacijske karakteristike stranaka i 4) situacijski faktori koji jesu pod kontrolom stranaka i oni koji to nisu. Autori ne prave razliku važnosti između ove četiri skupine, ali tvrde da razlika može biti u njihovoj relativnoj važnosti.

Pod institucionalne faktore spadaju izborni sustav i vladine institucije. Kod izbornog sustava bitan je stupanj predvidljivosti prevođenja glasova u mandate i sposobnost generiranja većine. Veći stupanj predvidljivosti i sposobnosti generiranja većine potičat će cilj maksimiranja izborne podrške. Vladine institucije uvjetuju mogućnost da stranka utječe na politiku vlade iz opozicije, bilo putem parlamentarnih odbora, bilo putem raznih interesnih grupa, ili ta mogućnost ne postoji. Ukoliko formiranje javnih politika isključivo pripada vladi, a mogućnost utjecaja opozicije je mala, tada će izraženiji cilj biti sudjelovanje u vladi. U ovu skupinu pripada i vjerojatnost da stranački *input* u formiranju politika bude primijećen od birača, odnosno da stranka može sebi pripisati zasluge za pojedine politike.

Iduću skupinu čine faktori stranačkog sustava koji obuhvaćaju broj dimenzija stranačkog natjecanja, broj stranaka u sustavu, pozicije stranaka na različitim dimenzijama natjecanja, te koliko su birači spremni reagirati na promjene pozicija stranaka.

U skupinu organizacijskih karakteristika stranaka pripadaju utjecaj stranačkih aktivista i članova, uloga koju mogu imati frakcije i motivacijska struktura stranačkog vodstva. Mogućnost da aktivisti i članovi utječu na izbor ciljeva stranke ovisi najviše o tome koliko je njihovo sudjelovanje nužno u izbornoj kampanji. Ukoliko je stranačka kampanja radno intenzivna tada će njihova uloga biti veća, ukoliko je kapitalno intenzivna, njihova će uloga biti manja. Ako je uloga stranačkih aktivista veća, tada će oni tražiti kompenzaciju, ona se može dati putem patronažnih imenovanja ukoliko stranka osvoji vlast, ili putem povećanja utjecaja u stranačkom odlučivanju. Budući da Strom i Müller (1999.: 14-17) opisuju motivaciju stranačkih aktivista kao usmjerenost na politiku, a kako stranka ne mora nužno uvijek kontrolirati vladu, oni drže da će stranački aktivisti biti "isplaćeni" tako da se poveća njihova uloga u donošenju odluka unutar stranke. Postoje tri načina na koje je to moguće učiniti. Prvi je da se aktivistima i članovima dade kontrola nad unutarstranačkim donošenjem odluka. Drugi način je da im se dade kontrola nad izborom kandidata za različite vladine i stranačke funkcije, tako da aktivisti nadziru postupak regrutacije u vodstvo. Treći način je da aktivisti i članovi mogu pozvati na odgovornost vodstvo za sve odluke koje donesu. Česti su slučajevi kada se ova tri načina pojavljuju zajedno, i tada je fleksibilnost vodstva vrlo mala (Strom i Müller, 1999.: 16-17). Fleksibilnost vodstva mogu povećati takvi faktori koji povećavaju neovisnost vodstva o sudjelovanju aktivista kao što su javno financiranje političkih stranaka. Faktor koji dodatno komplicira donošenje odluka je postojanje frakcija.

Zadnji je faktor u ovoj skupini motivacijska struktura stranačkih vođa, odnosno njihova osobna ambicija i mogućnosti njezina ostvarenja, koja se projicira na stranačke ciljeve.

U zadnju skupinu faktora spadaju situacijski faktori. Strom i Müller među njih ubrajaju faktore na koje stranka ne može utjecati, kao što je ekonomska situacija ili promjene u biračkim preferencijama, te one koje je stranka proizvela, kao što su njezina prethodna obećanja. Resursi s kojima stranka raspolaže također su faktor. Stranka će više cijeniti onaj resurs kojeg ima relativno manje, nego onaj kojeg ima relativno više. Tako će stranka koja je dugo vremena provela u opoziciji više vrijednosti pridavati vlasti nego stranka koja je na vlasti, a ne može provoditi svoje preferirane politike radi kompromisa koje mora učiniti kako bi sudjelovala u vladi.

Herbert Kitschelt ističe stranačku organizaciju kao glavni faktor koji utječe na izbor stranačke strategije. Strategija stranke ovisi o tipu dominantne koalicije aktivista koja kontrolira stranku (Kitschelt, 1994.: 207-208). Koalicije se sastoje od različitih kombinacija lobista, pragmatista i ideologa. Svaki tip aktivista ima svoje preferencije koje se tiču stranačke strategije. Ideolozi žele utjecati na biračke pozicije i približiti ih vlastitoj poziciji snagom argumenata, pragmatisti se žele prilagoditi preferencijama birača, a lobisti učvrstiti podršku među klijentelističkim grupama stranke, te tražiti podršku među fluktuirajućim biračima. Relativna snaga ovih grupa i mogućnosti formiranja koalicija ovise o tri uvjeta iz okruženja stranke (Kitschelt, 1994.: 210). Ti uvjeti su: stupanj političke mobilizacije sociostrukturnog rascjepa na kojem se stranka nalazi; institucionalni okviri stranačkog natjecanja, kao što su izborni sustav, troškovi ulaska novih stranaka i relativno značenje kontrole vlasti; kompetitivna pozicija stranke u stranačkom sustavu, odnosno broj stranaka i dimenzija natjecanja i broj realnih koalicija. Ovi vanjski uvjeti utječu na broj aktivista pojedinog tipa u stranci, a prenose se u stranku preko obrazaca regrutiranja novih aktivista, i njihove unutarnje socijalizacije i ideološke debate (Kitschelt, 1994.: 211). Dominantna koalicija aktivista oblikuje organizacijski obrazac unutar stranke koji odgovara njezinim strateškim preferencijama i koji utječe na obrazac regrutacije novih aktivista u dominantni ideološki obrazac stranke. Zbog toga je umanjena fleksibilnost stranke u promjeni strategije i odvrtaeni su potencijalni novi aktivisti koji se ne uklapaju u postojeći obrazac (Kitschelt, 1994.: 211-213).

Faktori socijalizacije i oblikovanja stranačke organizacije od dominantne koalicije stranačkih aktivista utječu u konačnici na dva faktora koji imaju neposredan utjecaj na stratešku fleksibilnost stranke, stupanj organizacijske ukopanosti i stupanj fleksibilnosti vodstva. Organizacijsku ukopanost karakterizira masovno članstvo, formalizacija internih struktura i odnosa, funkcionalna specijalizacija unutarnjih uloga i postojanje stranačke birokracije (Kitschelt, 1994.: 212). Birokratizacija potiče standardizaciju članstva i onemogućava debatu unutar stranke. Iz tog razloga birokratizirane stranke se uglavnom oslanjaju na selektivne materijalne poticaje za članstvo, što u praksi znači stvaranje velikih patronažnih i klijentelističkih mreža. Organizacijska ukopanost otežava ulazak novih članova sa stavovima koji su različiti od prevladavajućeg obrasca, te tako onemogućava razvoj inovacijskog potencijala (Kitschelt, 1994.: 212). Stranke koje imaju manje birokratiziranu i formaliziranu unutarnju organizaciju biti će strateški puno fleksibilnije. Fleksibilnost vodstva ovisi o tome kontrolira li ono izbor kandidata i imenovanja na stranačke funkcije, ili to čini članstvo. Nadalje, fleksibilnost ovisi o tome koliko su

česte stranačke konferencije, tko kontrolira odlučivački dnevni red, te ima li članstvo utjecaj u donošenju odluka o strategiji stranačkog natjecanja. Poseban utjecaj imaju pitanja kontrolira li stranačko vodstvo stranačku birokraciju ili ona ima neki stupanj samostalnosti, ima li stranka masovne organizacije koje su povezane s njom, te koliki je njihov utjecaj na stranačko odlučivanje (Kitschelt, 1994.: 212-214).

Birokratizacija stranke sama po sebi ne mora značiti da je stranka strateški nefleksibilna, ona u prvom redu znači da će u stranci postojati standardizirani ideološki obrazac u koji će se socijalizirati svi novi aktivisti. Birokratizacija u prvom redu ograničava inovacijski potencijal unutar stranke, a ne fleksibilnost vodstva.

Fleksibilnost vodstva glavni je faktor koji utječe na stratešku mobilnost stranaka, a ona može biti ograničena i u strankama koje nemaju veliku birokratiziranu strukturu, dok god postoje pravila koja vodstvo čine odgovornim članstvu.

Kitschelt navodi dva događaja koji mogu imati utjecaj na promjenu organizacijskog obrasca stranke i njezinu stratešku fleksibilnost. To su promjena strukture aktivista kao posljedica regrutacije novog tipa aktivista, što je malo moguće u jako birokratiziranoj stranci čija struktura podržava regrutaciju u postojeći dominantni obrazac, i poraz na izborima. Ovi događaji imaju utjecaj na promjenu dominantne koalicije unutar stranke, što će potaknuti promjene u organizacijskoj strukturi stranke, a to će pogodovati novom ideološkom obrascu, obrascu regrutacije i novim strategijama natjecanja (Kitschelt, 1994.: 216-217). Promjene će po karakteru prije biti inkrementalne nego sveobuhvatne.

Stranačka organizacija, tip aktera koji djeluju u njoj i njihova motivacija najvažniji su faktori koji utječu na izbor ciljeva i strategija stranačkog natjecanja. Kompetitivna situacija u kojoj se stranka nalazi određuje uvjete u kojima će ciljevi i strategije biti manje ili više provedivi, te kolika će im biti relativna vrijednost za stranačko vodstvo. Ona stoga uglavnom predstavlja faktor koji ograničava izbor ciljeva i strategija natjecanja, a ne odlučujući faktor.

Zaključak

Stranačko natjecanje je složen fenomen koji se ne može promatrati kao skup izoliranih događaja u kojima prethodne stranačke aktivnosti i stanje u okruženju stranke nemaju utjecaja na ponašanje stranke u novoj situaciji. Svi su događaji u stranačkom natjecanju međusobno povezani, i nalaze se raspoređeni na vremenskoj dimenziji. U tom smislu, stranka pri izboru ciljeva i strategija natjecanja ne gleda samo na situaciju neposredno pred sobom, već nastoji svoje ciljeve i strategije rasporediti na vremenskoj dimenziji natjecanja kroz dulje vremensko razdoblje tako da jedan cilj potpomaže ostvarenje drugog. Slično vrijedi i za strategije stranačkog natjecanja. Izbor strategije ovisiti će cilju, ali i o prethodnom strateškom ponašanju stranke, njezinoj kompetitivnoj situaciji i njezinoj unutarnjoj organizaciji. Modeli koji analiziraju stranačko natjecanje ovise o čitavom nizu pretpostavki koje određuju snagu modela. Pretpostavke se odnose na niz elemenata modela kao što su broj stranaka i dimenzija natjecanja u modelu, način na koji birači glasaju, mogućnost ulaska novih stranaka, mogućnost da stranke utječu na preferencije birača i sl. Primjenjivost modela u analizi ovisit će o kvaliteti njegovih pretpostavki. Ni jedan model nije u stanju obuhvatiti sve situacije niti je takav model

moguće stvoriti, i za svaki pojedini model treba precizno odrediti na koju se situaciju može primijeniti. Primjenjivost modela ovisit će o stupnju podudarnosti između njegovih pretpostavki i stvarne situacije.

Literatura

- Adams, James/Samuel, Merrill, 1999.: Party Policy Equilibrium for Alternative Spatial Voting Models, *European Journal of Political Research*, (36)
- Downs, Anthony, 1957.: *An Economic Theory of Democracy*, Harper&Row, New York
- Dunleavy, Patrick, 1991.: *Democracy Bureaucracy and Public Choice*, Harvester Wheatsheaf, London
- Kitschelt, Herbert, 1994.: *The Transformation of European Social Democracy*, Cambridge University Press, Cambridge
- Laver, Michael, 1997.: *Private Desires, Political Action*, Sage Publications, London
- Laver, Michael/Shepsle, Kenneth, 1996.: *Making and Breaking Governments*, Cambridge University Press, Cambridge
- Laver, Michael/Schofield, Norman, 1990.: *Multiparty Government*, Ann Arbor University Press
- Mclean, Ian, 1997.: *Uvod u javni izbor*, FPZ, Zagreb
- Merrill, Samuel/Grofman, Bernard, 1999.: *A Unified Theory of Voting*, Cambridge University Press, Cambridge
- Ordershook, Peter, 1997.: The Spatial Analysis of Elections and Committees, u: Müller, Dennis (ur.), *Perspectives in Public Choice*, Cambridge University Press, Cambridge
- Schofield, Norman, 1997.: Multiparty Electoral Politics, u: Müller, 1997.
- Strom, Karre/Wolfgang Müller, 1999.: *Policy, Office or Votes*, Cambridge University Press, Cambridge
- Tsebelis, George, 1990.: *Nested Games: Rational Choice in Comparative Politics*, University of California Press
- Ware, Alan, 1997.: *Political Parties and Party Systems*, Oxford University Press, Oxford

Andrija Henjak

GOALS AND STRATEGIES OF PARTY COMPETITION

Summary

The author looks into the phenomenon of party competition by referring to the works of the proponents of the theory of rational choice which does not presuppose close links between political entrepreneurs and social groups. The author tries to prove that party competition has its temporal dimension within which parties have different goals that depend on their competitive situation. The author goes on to prove that various models of the analysis of party competition are to a large extent linked with the original assumptions that determine their explanatory power. In conclusion, the author outlines the factors determining the choice of the goals and the strategies of party competition, especially the factor of party organization.