

Dlaczego Czechom się udało?

Analiza wydarzeń, które umożliwiły zwycięstwo pro-europejskiej opozycji w Czechach

14.10.2021 r.

Jan Szyszko

Kluczowe wnioski:

- Dwie proeuropejskie, opozycyjne koalicje w Czechach powstały w optymalnym czasie. Do ich stworzenia motywowały wyniki sondaży i fragmentaryzacja parlamentu.
- Przedstawienie programów i wynikające z nich zróżnicowanie ideowe bloków opozycyjnych utrudniło partii rządzącej prowadzenie polaryzacyjnej kampanii, a wahającym się wyborcom zapewniło alternatywę na opozycji.
- Polaryzacja przyczyniła się do wzrostu frekwencji, ale koalicje nie zmobilizowały nowych wyborców. Zrobiły to przede wszystkim mniejsze partie, które nie weszły do parlamentu.
- Polaryzacyjna retoryka ANO pomogła scementować twarde elektorat mimo fatalnej kadencji rządu.
- Niezależne media publiczne odegrały ważną rolę w ujawnieniu porażek i afer rządu. Zapewniły też dotarcie opozycji do wyborców i miały fundamentalny udział w przejęciu 5 pp. elektoratu ANO przez SPOLU w ostatnich dniach kampanii.

Centroprawicowa koalicja SPOLU zdobyła 27,8 proc. głosów i wygrała czeskie wybory parlamentarne, które odbyły się 8 i 9 października. Nieznacznie pokonała w nich rządzących populistów ANO premiera Andreja Babiša (27,1 proc.). Na trzecim miejscu znalazła się centrolewicowa koalicja Piratów i Samorządowców (PaS, 15,1 proc.), a do Izby Deputowanych dostało się także skrajnie prawicowe ugrupowanie SPD (9,5 proc.). Pod progiem wyborczym znaleźli się dotychczasowi partnerzy koalicyjni Babiša – socjaldemokracji z ČSSD, a także wspierający do niedawna rząd komunistów (KSČM). Ci drudzy po raz pierwszy od 1948 r. nie weszli do Izby.

Wynik wyborów najprawdopodobniej doprowadzi do zmiany rządu, który utworzą koalicje SPOLU i PaS (łącznie 108 z 200 mandatów). Oba bloki od początku kampanii deklarowały, że wspólne rządy są ich preferowanym rozwiązaniem, wykluczały też dzielenie się władzą z Babišem. Porażka socjaldemokratów i komunistów znacząco ograniczyła zdolność koalicyjną ANO. Strategia dwóch bloków opozycyjnych okazała się więc skuteczna w starciu z populistycznym i polaryzacyjnym rządem. Do sukcesu przyczyniło się też wiele czynników niezależnych od poczynań głównych politycznych graczy. Strategia czeskiej opozycji stanowi istotną lekcję dla polskich ugrupowań. Porównywalny system wyborczy, podobny rozkład poparcia i posiadająca punkty wspólne charakterystyka partii rządzącej czynią czeski układ polityczny najbardziej porównywalnym do krajowego w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Analiza przedstawia główne czynniki, które przyczyniły się do zyskania parlamentarnej większości przez proeuropejskie frakcje w czeskich wyborach parlamentarnych.

1. **Koalicje powstały w optymalnym czasie.** Rozmowy koalicyjne z myślą o wyborach rozpoczęły się rok temu, po wyborach samorządowych. Do ich tworzenia polityków motywowały dwa czynniki. Po pierwsze, nikt nie miał szans w pojedynkę pokonać ANO – w listopadzie 2020 r. przewaga rządzących nad najsilniejszą partią opozycji wynosiła ok. 10 pkt proc. To niewiele mniej niż dziś w sondażach wynosi przewaga Prawa i Sprawiedliwości nad Koalicją Obywatelską. Po drugie, w kończącej się kadencji Izby Deputowanych zasiadało w niej najwięcej ugrupowań w historii – aż dziewięć. Wiele z nich nie mogło liczyć na ponowne przekroczenie 5-proc. progu w pojedynkę. Zarówno SPOLU jak i PaS powstały w grudniu 2020 r., czyli na dziewięć miesięcy przed wyborami. Dało to wystarczająco dużo czasu na zaplanowanie kampanii, opracowanie programów, osadzenie koalicji w świadomości wyborców, ale też wystarczająco mało, by dopełnić wpadki i poróżnić się w istotnych głosowaniach w parlamencie.

2. **Ideowe zróżnicowanie koalicji utrudniło kampanię ANO.** Obie koalicje przed wyborami przedstawiły programy. PaS i SPOLU zgadzały się w podstawowych kwestiach, takich jak wzmocnienie pozycji Czech w UE, zwiększeniu wydatków na edukację, czy przyspieszeniu cyfryzacji państwa. Samorządowcy i Piraci jednak poszli do wyborów z centrolewicową agendą, dopuszczając wyższy deficyt

budżetowy od SPOLU oraz stawiając na ożywienie gospodarki dzięki zwiększeniu inwestycji. Z kolei centroprawica akcentowała liberalne propozycje, jak obietnica braku podwyżek podatków pod ich rządami i reforma oraz likwidacja części zasiłków mieszkaniowych. Wyraźne zróżnicowanie ideowe utrudniło politykom ANO prowadzenie polaryzacyjnej kampanii. W jej wczesnych etapach skupili się na atakowaniu silniejszej w sondażach i odleglejszej ideowo koalicji PaS. Gdy poparcie tej spadło, wyborcy wprawdzie przenieśli się do ANO, ale wskutek fatalnego końca kampanii rządzących w końcu zagłosowali na SPOLU. Wybór na opozycji pozwolił zagospodarować elektorat wahający, co okazało się niezbędne do zwycięstwa.

3. **Niezależne media są kluczowe dla powodzenia opozycji.** Niezależność mediów w Czechach od lat spada – Czechy są na 40. miejscu na świecie w Indeksie Wolności Prasy w porównaniu do 11. miejsca zajmowanego w 2015 r. Wpływ na to ma m. in. podległość części gazet konglomeratowi zakładanemu przez premiera. Partia rządząca próbuje też wywierać naciski na media państwowe, jednak te pozostają jednymi z nielicznych w naszym regionie niezależnych nadawców publicznych. To sytuacja odwrotna do polskiej, gdzie kontrola partyjna nad mediami państwowymi jest nieporównywalnie większa niż nad mediami prywatnymi. Niezależność państwowego nadawcy miała przełożenie na poparcie ANO. Publiczne media od lat nagłaśniały zarzuty defraudacji unijnych środków przez premiera, informowały też o fatalnym zarządzaniu pandemią przez rząd (Czechy notują szósty najwyższy na świecie wskaźnik zgonów wywołanych przez COVID). W ostatnim tygodniu przed wyborami czeska telewizja publiczna przeprowadziła rzetelną debatę kandydatów na premiera i nagłośniła wyniki międzynarodowego śledztwa Pandora Papers. Dokumenty ujawniły, że w 2007 r. Babiš zdefraudował ok. 15 mln euro, kupując nieruchomości za pośrednictwem firm z rajów podatkowych. Zarówno debata jak i wyniki śledztwa niepodważalnie przyczyniły się do przepływu 5 pp. elektoratu z ANO do SPOLU w ostatnim tygodniu kampanii. Wydarzenia nie oddziaływałyby na wyborców w tej skali bez zainteresowania publicznych nadawców.

4. **Koalicje nie zmobilizowały nowych wyborców, ale pomógł im d'Hondt.** Na ANO zagłosowała niemal ta sama liczba wyborców, co przed czterema laty – 1,45 mln w porównaniu do 1,5 mln. Również PaS zdobył porównywalną liczbę głosów, co

Piraci oraz Samorządowcy w 2017 r. Znacząco, o ponad 300 tys. osób, wzrósł elektorat SPOLU w porównaniu z sumarycznym poparciem jego partii członkowskich w ostatnich wyborach. Jednocześnie wzrosła frekwencja – do urn wybrało się o 380 tys. osób więcej niż ostatnio. Dane te prowadzą do dwóch wniosków. Po pierwsze, analiza sondaży przed i po stworzeniu bloków opozycyjnych wskazuje, że bonus zjednoczeniowy nie zaistniał, kompromisy tożsamościowe i programowe, z którymi wiążą się koalicje utrudniają mobilizację elektoratu. SPOLU zyskało wyborców na ostatniej prostej dzięki nagłośnieniu wpadek ANO przez media. Po drugie, bloki opozycyjne zawdzięczają większość systemowi wyborczemu. Podobnie jak w Polsce, w Czechach obowiązuje 5-proc. próg, a zwycięzca otrzymuje największą premię w postaci dodatkowych mandatów z głosów ugrupowań poniżej progu. Nowi wyborcy w dużej części zagłosowali na nową centrową partię Přisaha (250 tys. głosów) i ugrupowania, które nie weszły do Izby. Podobnie jak w Polsce, głosy te przełożyły się na dodatkowe mandaty dla zwycięzcy wyborów, czyli koalicji SPOLU.

5. **Polaryzacyjna retoryka skutecznie cementuje elektorat.** Strategia kampanijna ANO miała wiele punktów wspólnych z retoryką Prawa i Sprawiedliwości. Politycy partii atakowali Unię, choćby podważając zasadność Europejskiego Zielonego Ładu, stygmatyzowali mniejszości, a Babiš zaprosił na wiec wyborczy premiera Węgier Wiktora Orbana. Jednocześnie premier oczerniał swoich politycznych przeciwników. Lidera Piratów oskarżał o chęć nacjonalizacji mieszkań i przekazania ich imigrantom, a w ostatnim tygodniu przed kampanią napisał na Facebooku, że głos na opozycję jest głosem przeciw czeskiej suwerenności. Polaryzacyjna retoryka pozwoliła ANO utrzymać twardy elektorat złożony głównie z mieszkańców terenów wiejskich, miast przemysłowych i biedniejszych terenów przygranicznych. Dzięki temu ANO nie straciło znacznej liczby wyborców mimo kadencji pełnej niepowodzeń wnikających m. in. z fatalnego zarządzania pandemią i skandali korupcyjnych wokół premiera.

Jan Szyszko – członek Zarządu Instytutu Strategii 2050. Analityk Unii Europejskiej i komentator polityki międzynarodowej. Autor i współautor licznych raportów podsumowujących dorobek Polski w UE, działania legislacyjne unijnych instytucji i

analizujących polityczną narrację w internecie. Współpracował m.in. z Komisją Europejską, Fundacją Batorego, Instytutem In.Europa i Fundacją Schumana. Komentuje politykę zagraniczną dla Polityka.pl, publikował na łamach portalu EurActiv i Polityki Insight. Uczestnik II Akademii Liderów Komisji Europejskiej, absolwent Kolegium Europejskiego w Natolinie i dublińskiego Trinity College.