

Problémy s volebními průzkumy*

JINDŘICH KREJČÍ**

Abstract: Problems With Election Surveys

The article identifies the most important controversies related to public opinion polls on electoral preferences, explains their substance, and discusses its impact on the possibility to use information obtained in the surveys. The article further focuses on the importance of surveys for representative democracy, the impact of the publication of opinion polls' results on public opinion, the possibilities of manipulating surveys, the risks related to the growth of research production (high non-response rate and the growth of survey costs, non-transparency of the market, incorrect application of advanced data analyses), the limits to election forecasting, and issues related to the relationship between research and journalism. Opinion polls contribute to shaping the environment for political competition. The nature of their impact is determined by their quality. Serious risks are associated with the possibility for intentional manipulation, poor quality of the survey process, and misinterpretation of results. Knowledge on research, publication of contextual information together with the survey data, and free competition in the market can help reduce the risks. The possibilities for quantification in social research do not remove the obligation to ensure sound theoretical grounding and qualified judgment, which are the prerequisites for the credibility of all conclusions drawn from the data.

Keywords: election studies, public opinion polls, polls and democracy, data quality.

Používání výsledků dotazníkových šetření na téma volebních preferencí je běžnou součástí života demokratických společností. Průzkumy jsou organizovány v předvolebním období i mimo čas voleb a kontinuálně. Výsledky jsou podkladem pro odborné analýzy v politice, společenských vědách i jiných oblastech, ve velkém množství se uplatňují v mediálním zpravodajství a veřejnosti slouží i jako zdroj zábavy podobný sledování sportovních soutěží.

Značný význam průzkumů vzhledem k jejich počtu a uplatnění ve společnosti je nesporný. V protikladu k tomu ovšem sílí kritika nepřesností ve výsledcích, nebezpečí manipulace a údajných negativních dopadů na politickou soutěž. Nepřehledná situace se pro řadu lidí stává

* Článek byl připraven v rámci výzkumného záměru Sociologického ústavu AV ČR s názvem Sociologická analýza dlouhodobých sociálních procesů v české společnosti v kontextu evropských integračních politik, rozvoje znalostní společnosti, lidského, sociálního a kulturního kapitálu (reg. č. AV0 Z70280505). Autor děkuje Miroslavu Novákovi, Tomáši Kosteckému, Martinu Kreidlovi a oběma anonymním recenzentům za velmi užitečné připomínky.

** Autor je vedoucím Sociologického datového archivu Sociologického ústavu AV ČR. Poštovní adresa: Sociologický ústav AV ČR, Jilská 1, 110 00 Praha 1; e-mail: jindrich.krejci@soc.cas.cz.

zdrojem nedůvěry k výzkumům a vede i ke snahám je omezit či zakázat. Jak upozorňují mezinárodní asociace ESOMAR a WAPOR¹ (ESOMAR/WAPOR 2003) nedůvěra veřejnosti se přelévá i na jiné oblasti sociálního výzkumu a tento stav poškozuje celé odvětví.

Dotazníková šetření nejsou schopna přinášet vyčerpávající a zcela přesné výpovědi o předvolební situaci a data sama nepředstavují neomylné prognózy budoucích voleb. Na druhé straně jsou ale bohatým zdrojem faktických informací, které, jsou-li s rozmyslem a znalostí dané problematiky analyzovány, nacházejí ve vědeckém poznávání i jinde ve společnosti řadu užitečných a důležitých funkcí. Používání výsledků šetření i jejich kritika ovšem často postrádá základní informace o kontextu výzkumu a studovaných jevech a dochází k rozporům s charakterem metody i výpovědi obsaženou v datech. Problémům lze proto čelit také důslednějším šířením informací o výzkumu a odhalováním podstaty nekorektních přístupů.

Cílem tohoto článku je podrobit zmíněný paradoxní stav diskusi, podat stručný přehled o významných kontroverzích spojených s výzkumy a pokusit se objasnit jejich podstatu a dopady na možnosti používání výzkumných informací, které společnost v tak velké míře odebírá. Problematika volebních a předvolebních šetření představuje jak specifické metodologické téma, tak společenský fenomén zajímavý pro samostatné studium. Sociologové a politologové v zemích s nepřerušenu tradicí volebních šetření jí proto věnují pozornost již dlouho. Kritice a diskusím, které probíhají v České republice, však hlubší zázemí odborně založených analýz a informací dosud spíše chybí. Motivací pro vznik článku proto byla snaha přinést užitečnou informaci přehledového charakteru a přispět tak k zaplnění této mezery.

Studium volebního chování zahrnuje celou řadu výzkumných technik, v našem případě se však zaměříme pouze na reprezentativní výběrová dotazovací šetření, která jsou nejrozšířenější metodou používanou k měření volebních preferencí. I těchto šetření je však více druhů. Zahrnují jednorázové i dlouhodobější předvolební průzkumy organizované s cílem zjišťovat podporu stran a její změny ve vztahu k blížícím se volbám, kontinuální programy pravidelných šetření zaměřené na měření preferencí i v období mezi volbami a na sledování dlouhodobých trendů a nejrůznější tematicky šířeji zaměřená šetření obsahující studium volebního chování. Specifická jsou šetření typu „exit-poll“, při nichž je dotazování realizováno ve volebních dnech přímo před volebními místnostmi, a která monitorují reálnou volební situaci. Pro zjednodušení budeme všechny tyto výzkumy souhrně označovat jako volební šetření, resp. volební průzkumy. Soustředíme se přitom především na tu část problematiky, kde jejich výsledky nacházejí uplatnění v politické soutěži a prostřednictvím mediálního zpravodajství se dostávají k široké veřejnosti, a tedy i k voličům.

Stať je orientována spíše na problémy. Jejím záměrem ovšem není kritika tohoto druhu výzkumu jako takového, ale snaha přispět k řešení sporných momentů. V tomto kontextu se věnuje významu volebních šetření pro zastupitelskou demokracii, rizikům spojeným s růstem výzkumné produkce, limitám volebních předpovědí včetně krátkého exkurzu do situace v České republice a problematice vztahu výzkumu a žurnalistiky. Předchozí verze textu byla publikována ve sborníku o kvalitě šetření volebních preferencí (Krejčí 2004b), kde byl součástí širší práce. Pro účely zveřejnění v Politologickém časopise byla stať výrazně přepracována, aktualizována a doplněna o odlišný kontext problematiky tak, aby přinesla samostatnou a ucelenou informaci zaměřenou na jiný druh publika.

1. Průzkumy a demokracie

Volební šetření přináší aktérům politické soutěže, soupeřícím politickým subjektům a občanům shrnující statistické údaje o postojích uvnitř elektorátu, o síle jednotlivých politických subjektů a o úspěšnosti strategií realizovaných v politické soutěži. Část těchto údajů je jinak dostupná pouze v průběhu voleb (volební preference), část údajů by bez výzkumů nebyla dostupná vůbec nebo by byla pouze výsledkem odhadů (např. údaje o demografickém a sociálním složení elektorátů stran, o souvislostech postojů a volebních preferencí atp.).

Šetření tak vnášejí do politické soutěže nové prvky a významně se podílejí na utváření jejího charakteru. Zároveň nemají jen roli pasivního zdroje informací, jsou podkladem pro rozhodování politiků i voličů a sama tak přispívají ke změnám zkoumané situace. Jejich vliv na politickou soutěž a fungování demokracie přitom generuje řadu otázek.

1.1 Používání výzkumů v politice: odpovědnost nebo populismus

Vláda v reprezentativní demokracii bývá pojímána jako služba veřejnosti a k jejím základním znakům patří odpovědnost ve smyslu responzivity², která je charakterizována jako jednání v souladu s preferencemi občanů (např. Pennock 1952; Sartori 1993; Dahl 1995). V tomto kontextu mohou být výzkumy označeny za zprostředkovatele zpětné vazby mezi politiky a voliči. Ta přitom funguje kontinuálně, tedy i v době, kdy je k dalším volbám daleko, a volební informaci doplňuje o komplexnější vyjádření názorů a postojů, které je reprezentativní za všechny dospělé občany, tedy nejen ty, co odvolili.

Některé teorie proto výzkum veřejného mínění považují za formu komunikace mezi lidmi a vládou s potenciálem zprostředkovat občanům vliv na rozhodování a přispět k legitimitě politiky. Respekt vlády k „přáním občanů“ obsaženým ve výsledcích výzkumů je pak výrazem její responzivity. Výzkum v tomto pojetí nezůstává pouhým indikátorem veřejného mínění, ale stává se nástrojem demokracie, který v soutěži o vliv na rozhodování vlády mezi zájmovými skupinami a občany stojí na straně občanů a může přispět k decentralizaci moci z politických elit k lidem.

V rozvoji této myšlenky zašel velmi daleko již George Gallup (Gallup a Rae 1940), který stál za prosazením reprezentativních předvolebních šetření v médiích a někdy je nesprávně považován také za jejich vynálezce³. Ten viděl poslání výzkumu v možnosti vytvořit ideální systém přímé demokracie, kde by politika vlády byla určována názory a prioritami voličů zjišťovanými ve výzkumech veřejného mínění. Jeho teorie od počátku čelila ostré kritice a Gallup byl nucen ze svých názorů slevit (viz Henn 1998: 9–19; Splichal 1999: 223–225). Přesto zůstal přesvědčený, že výzkumy mohou přispět k efektivnější a odpovědnější vládě.

Tento názor inspiroval řadu výzkumníků i politiků a přispěl k rozšíření šetření veřejného mínění. Např. od vlády Spojených států dostaly programy výzkumů veřejného mínění oficiální podporu jako součást plánu obnovy demokracie v Evropě po druhé světové válce. Tak tomu bylo i v Československu, kde podobná motivace stála za založením Československého ústavu pro výzkum veřejného mínění v roce 1945 (viz Adamec a Viden 1947/1948).

Aktivní podíl sociálních výzkumů na politickém rozhodování ovšem není bez problému. Na jedné straně je terčem kritiky účelová identifikace veřejnosti s konceptem veřejného mínění definovaným na základě výzkumné metody a záměna složitého a různorodého fenoménu občanských postojů a názorů za agregované údaje z dotazníků. Na druhé straně je představa

o přímé demokracii diktované většinovým názorem konfrontována s kompetencí a technickými možnostmi masy činit kvalifikovaná rozhodnutí a s odpovědností k menšinovým názorům. Z tohoto pohledu přestává být politické rozhodování kopírující veřejné mínění odpovědné a naopak je identifikováno s individuálním prospěchářstvím a populismem.

Většina politiků se proto k výsledkům dotazníkových šetření příliš nehlásí. Zmíněná kritika ale automaticky neznamená úplné zavržení sociálních výzkumů v politice. Výzkumy zůstávají důležitým zdrojem faktů o postojích a názorech občanů. Odmítnut je diktát veřejného mínění v procesu rozhodování a to zejména v jeho sumarizované a zprůměrované podobě.

Jak uvádějí např. Henn (1998: 21–41) a Crespi (1989: 20–27), výzkumy se uplatní právě tehdy, když je politická soutěž funkční. Při formulaci politik slouží jako zdroj informací o hodnotách a zájmech elektorátu, na jejichž respektu je založeno získávání nebo udržování politické moci, a jsou politickými stranami a skupinami používány jako zdroj politické inteligence při vytváření strategií k udržení moci (např. identifikace problémů, jejichž artikulace najde mezi voliči největší odezvu).

1.2 Používání výzkumů v politice: empirie

Jak je to s vlivem výzkumů na politiku v praxi? Investice a objem sociálních šetření objednávaných a používaných různými politickými institucemi na konci minulého století markantně vzrostl a výstupy šetření jsou podstatnou součástí jejich agendy (viz např. Kaase a Pfetsch 2001). Fakta zjištěná ve výzkumech bývají součástí analýz zdůvodňujících řadu rozhodnutí. Určit úroveň přímého vlivu změřených postojů veřejného mínění na politické rozhodování je ovšem problém. Existují konkrétní případy, kdy je dopad publikovaných výsledků dobře vidět – některé výzkumy zapříčinily bezprostřední reakce, způsobily změnu konkrétních rozhodnutí. Obecně je ale míra vlivu zjištělná převážně pouze nepřímo a nepřesně.

Někteří výzkumníci se o to přesto pokoušejí. Obvykle sledují souvislosti mezi trendy a změnami ve veřejném mínění měřeném pomocí výzkumů a politikou v daném období. Např. Brettschnaider (1996), který sumarizuje výsledky několika studií rozhodování v parlamentech a přidává vlastní analýzu německého Bundestagu, dokládá ve většině případů výraznou souvislost s preferencemi veřejného mínění. Manza a Cook (2002: 19–23) uvádějí zase množství studií, ve kterých byl identifikován silný korelační vztah mezi publikovanými výsledky výzkumů a politikou vlád.

Page (2002: 326–335), který je sám autorem jedné z těchto studií, ale upozorňuje, že uvedený způsob analýzy nejspíše velikost vztahu nadhodnocuje. Většina šetření je totiž nucena vyloučit řadu faktorů, které mají vliv jak na veřejné mínění, tak na politiku, a nezahrnuje nebo nepřesně zpracovává fakt vlivu samotné politiky na veřejné mínění. Některé analýzy také dávají opačný výsledek. Např. Crespi (1989: 36–39) zkoumal americké výzkumy a politiku Reaganovy vlády, ale našel jenom velmi malý vzájemný vztah. Reálná síla dopadu výzkumů na politiku tak nadále zůstává spíše předmětem dohadů.

1.3 Pojistka demokracie nebo zdroj manipulace

Dostupnost alternativních informací o síle politických subjektů může posloužit jako pojistka proti manipulaci výsledků voleb. Tento prvek ochrany před uloupením volebního vítězství má

význam zejména ve slabších, nekonsolidovaných demokraciích. Taylor (2002) v tomto kontextu uvádí prezidentské volby v Peru, kde výsledky výzkumů znemožnily deklaraci vítězství Fujimoriho hned v prvním kole, roli výzkumů v souboji Milošević – Kostunica v Jugoslávii v roce 2000 a další příklady v Senegal, Zimbabwe a Venezuele. V čerstvé paměti jsou události na Ukrajině, kde v roce 2004 výzkumy před volebními místnostmi posloužily jako jeden z hlavních důkazů o manipulaci s výsledky prezidentských voleb.

K tomu, aby šetření mohla přispět ke spravedlivému průběhu voleb, musí ale zůstat nezávislá a odrážet názory zkoumané populace a nikoliv těch, kdo je platí nebo publikují. V opačném případě hrozí, že se samy stanou nástrojem pro manipulaci. Jejich zneužívání politiky lze opět dokumentovat na řadě příkladů. Výzkumy na Ukrajině organizovala i vládní strana a jejich výsledky se od těch ostatních podstatně lišily. V největším ruském centru výzkumu veřejného mínění VCIOM bylo v roce 2003 po publikaci pro Putina nepříznivých výsledků vyměněno vedení a nastala éra zveřejňování vysokých preferencí provládních politiků. Taylor (ibid.) podobně popisuje ořesnou situaci, která dlouhodobě panuje v Mexiku.

Významné politické tlaky na manipulaci s daty lze ale identifikovat i ve vyspělých demokraciích. V této souvislosti Taylor (ibid.) uvádí např. v USA nátlak Nixonovy administrativy na šetření Harris Poll v 70. letech a tzv. aféru Luntzových výzkumů⁴ v 90. letech nebo tlak francouzské vlády v 90. letech na šetření o postojích k migrantům. Ve vyspělých zemích s konsolidovanou demokracií je ovšem nebezpečí zneužívání výzkumů podstatně menší. K udržení jejich nezávislosti zde přispívá řada faktorů, hlavní z nich jsou následující:

- Lidé si rizika spojená s výzkumy uvědomují a z tohoto pohledu jejich výsledky hodnotí.
- Šetření organizují nezávislé agentury, které pracují pro více zadavatelů.
- V oblasti výzkumu funguje konkurence a volný trh.
- Pluralita a soutěž panuje rovněž mezi médii, která výsledky publikují.
- Tendence k jednostrannosti vedou ke ztrátě důvěry ve výsledky a ke komerční ztrátě v soutěži na trhu.

1.4 Dopady na volební chování

Publikovaná zjištění o veřejném mínění se zároveň podílejí i na jeho vytváření. Pokud se týká voleb, ovlivňování výsledků přímo vyplývá také z cílů realizace šetření, která mají sloužit voličům jako zdroj informací pro jejich rozhodování. Empirická evidence reálných dopadů je ale poměrně řídká a existující studie spíše ukazují, že vliv publikace volebních preferencí je slabší, než se obvykle předpokládá [např. Daschmann 2000; West 1991]. Daschmann [ibid.] např. dokládá, že v mediálním zpravodajství má na rozhodování voličů podstatně větší vliv prezentace příkladů jednotlivých postojů než publikace dat.

V souvislosti s volebními výzkumy jsou uváděny následující druhy zpětných dopadů na volební chování, které mohou podstatně ovlivnit výsledky voleb (např. Brettschneider 1997; Henn 1998: 18–19):

- efekt mobilizace hlasů nebo absenční efekt,
- nárůst podpory slabších stran (*underdog effect*),
- přelítí hlasů k silnějším stranám (*bandwagon effect*).

Tyto jevy mohou být vyvolány i dalšími faktory jako je zveřejnění výsledků z prvního kola voleb, výsledků z některých regionů atp. a jejich výskyt a intenzita souvisí i s charakterem

volebních systémů v jednotlivých zemích (viz např. Cox 1997). Mobilizace hlasů může být reakcí na předpověď výsledku, který velká část populace považuje za nepříznivý. Důsledkem bývá větší volební účast nebo změna podpory ve prospěch strany či kandidáta, jenž představuje přijatelnější řešení situace. Lidé spekulují o možných výsledcích a volí menší zlo. Podobná situace např. doprovázela prezidentské volby ve Francii v roce 2002, kdy reprezentant extrémní pravice Jean-Marie Le Pen uspěl v prvním kole. Absenční efekt je opačný případ – můj kandidát má vysokou podporu, tak proč se obtěžovat k volbám, nebo obráceně, nemá cenu jít volit, můj kandidát stejně nemůže uspět.

Přesun preferencí ke stranám, které se ve výzkumech jeví jako slabší, bývá důsledkem reakce na obavu z příliš silné vlády. Jeho výskyt je např. předmětem řady teoretických úvah nad britskými volbami, kde předvolební výzkumy v minulosti často nadhodnocovaly preference vítěze (viz Henn 1998: 18–19; Crewe 1986: 246). Změna volebních preferencí ve prospěch většinového postoje může být výsledkem tendencí ke konformitě v případě nejistoty ve vlastním názoru. Vedle toho přelévání hlasů k silnějším stranám často doprovází některá pravidla ve volebních systémech, např. stanovené minimální hranice volebního zisku pro vstup do parlamentu a je proto relevantní také v ČR (podobně např. v Německu, viz Brettschneider 1997: 249).

Specifickým důsledkem zpětného vlivu šetření na veřejné mínění je tzv. „sebesplňující se proroctví“. Výzkum sám se v takovém případě stane původcem situace, která by bez zveřejnění jeho výsledků nenastala, ale již na základě chyby nebo zlého úmyslu předpověděl. Hypotetický příklad je následující: Předvolební průzkum chybně změří preference jedné ze stran pod hranicí podpory nutné pro vstup do parlamentu. Voliči mají obavu ze ztráty svého hlasu a reagují změnou volebních záměrů ve prospěch jiných stran. Podpora se tak skutečně propadne a strana se do parlamentu nedostane. Je těžké odlišit a změřit všechny faktory, které na vývoj volební podpory působí, ale lze předpokládat, že dopad zveřejněných výsledků by byl klíčový.

Právě k tomuto jevu zřejmě došlo i v Česku. Před parlamentními volbami v roce 1992 se podpora ODA v pravidelných výzkumech IVVM, STEM a AISA pohybovala nad 5%. Přesto při prezentaci posledních předvolebních výsledků IVVM v televizi tato strana nebyla zástupcem agentury uvedena mezi subjekty, o nichž se předpokládalo, že mají šanci na vstup do parlamentů. ODA se pak skutečně těsně nedostala do obou komor federálního parlamentu a uspěla pouze ve volbách do Parlamentu ČR. Následně nebylo možné určit, do jaké míry se jednalo o důsledek svérázné prezentace výsledků šetření.

Specifickým příkladem manipulace jsou tzv. „nátlakové výzkumy“ (push polls). V tomto případě se nejedná přímo o výzkum, ale o formu negativní politické kampaně, která se za šetření pouze vydává. Jejím předmětem není zjišťování mínění respondentů, ale rozšiřování informací o kandidátech a volebních tématech s cílem ovlivnit volební chování dotazovaných. Takový způsob kampaně má charakter podvodného jednání a je zároveň nebezpečnou konkurencí pro skutečná předvolební šetření. Asociace v oblasti sociálního výzkumu, jako jsou ESOMAR, WAPOR nebo americká AAPOR si toto riziko uvědomují, zveřejňují informace potřebné k odhalování nátlakových výzkumů a svým členům účast na nich přísně zakazují. Případy nátlakových výzkumů v politice jsou známy jen ze zahraničí, v České republice ale podobné postupy najdeme v komerční oblasti při propagaci zboží.

1.5 Zákazy publikace

Rizika manipulace volebních výsledků pomocí výzkumů veřejného mínění vedou ke snahám omezovat šetření stranických preferencí, případně i k jejich zákazu. Kompromisním opatřením bývá zákaz publikace v období těsně před volbami, kdy jsou možnosti nápravy negativních dopadů velmi limitované. Embargo na předvolební šetření bylo v roce 2002 aplikováno přibližně v polovině evropských zemí (Spangenberg 2003). Z toho osm zemí postihovalo publikaci šetření v období dlouhém týden a více před volbami. Alternativou zákazu jsou různé pokusy o regulaci kvality výzkumu (např. Belgie, Portugalsko, Itálie).

Volební legislativa ohledně výzkumů se často mění. Argumentace oponující embargu má také silný základ. Zpětný dopad na veřejné mínění vyplývá přímo z hlavního účelu, pro nějž jsou šetření organizována. Mají přece přinášet podklady pro volební rozhodování občanů a v demokracii mají lidé na takové informace nezadatelné právo. Rozumný přístup tak nespočívá v zakazování legitimních informačních zdrojů, ale ve snaze přispět k zajištění jejich nezávislosti a kvality.

Zákazy jsou navíc silně selektivní. Podle Spangerberga (2003: II.) výzkumy poskytují interpretativní asistenci, která pomáhá nerozhodnutým voličům vytvořit si názor, a která mezi podněty tohoto druhu, jež média před volbami přinášejí většinou bez omezení a ve velkém množství, patří ještě k těm poměrně neutrálním a racionálním. Jak ukazuje Taylor (2002: 315), v zemích s konsolidovanou demokracií a vysokou kvalitou života je výzkum veřejného mínění běžný a publikování jeho výsledků nejsou, vedle zmíněných předvolebních zákazů, kladeny významné překážky. Naopak v absolutní většině států, jejichž vláda je označována jako nedemokratická, jsou nezávislé výzkumy veřejného mínění publikovány řídko nebo vůbec.

2. Rizika růstu

Produkce sociálních výzkumů v celosvětovém měřítku dlouhodobě roste. Podle odhadu ESO-MAR (2004) výzkum veřejného mínění dosahuje ve světě obratu cca 17 mld. dolarů a zaměstnává na 650 tisíc pracovníků (údaj z roku 2003). Tento vývoj ale přináší i několik paradoxů se sporným dopadem na kvalitu.

2.1 Růst nákladů na přesnost

Různá míra schopnosti dotazovat jednotlivé skupiny v populaci s odlišným vztahem ke sledovanému jevu je zdrojem odchylek a nespolehlivosti měření. Dotazovací šetření jsou ale většinou založena na dobrovolné spolupráci respondentů. K hlavním ukazatelům kvality reprezentativních šetření proto patří tzv. návratnost, tedy poměr mezi osobami vybranými pro dotazování a těmi, kteří nakonec opravdu odpověděli a jejich dotazníky byly zpracovány.

K nejdůležitějším problémům, kterým současné výzkumy čelí, patří právě všeobecný pokles návratnosti (viz např. Baim 1991; Bradburn 1992; Smith 1995 a 1999). Jedná se o důsledek zmenšující se dosažitelnosti vybraných osob a zejména poklesu ochoty účastnit se výzkumů. Za hlavního viníka je označována tzv. „přezkoumanost populace“ způsobená nárůstem počtu dotazovacích šetření. Ve vyspělých zemích už má dnes většina lidí nějakou, často vícenásobnou

zkušenost s dotazováním. V útku na soukromí občanů výzkumům navíc konkuruje i rostoucí množství direct marketingových aktivit, s nimiž bývají někdy zaměňovány.

Dopad nepříznivé situace lze redukovat úpravami metodiky. Jedná se např. o náročnější přípravu tazatelské sítě, její vyšší odměňování, vyšší počet pokusů o kontakt vybraného respondenta, prodloužení doby šetření, dotazování v různých dnech v týdnu a v různé denní době, předběžné kontakty upozorňující na návštěvu tazatele, vysvětlující dopisy, finanční nebo materiální pobídky pro respondenty, aplikace psychologických přístupů, odhadování chyb a vážení dat i preciznější konceptualizace a teoretické zázemí šetření. Aplikace složitějších postupů se ale odráží v nákladech. Současné technologie tak sice rozšířily možnosti výzkumu, zmenšily pracnost procesu zpracování dat a umožnily mohutný rozvoj oboru, cenou za to ale je i výrazný nárůst investic potřebných k získání spolehlivých dat.

2.2 Nepřehledný trh

Pokrok technologií pro jednotlivé fáze výzkumného procesu není rovnoměrný. Výpočetní technika přináší především zjednodušení zpracování dat. Naproti tomu náročnost postupů výběru respondentů a terénního sběru dat pro reprezentativní šetření spíše vzrostla a nijak se nezmenšila ani potřeba odborné kvalifikace pro přípravu koncepce výzkumu, analýzu a interpretaci dat.

Dostupnost techniky a snadnost počítačového zpracování otevírá větší prostor pro produkci laciných a rychle provedených šetření. Uspořádat anketu na ulici nebo telefonní dotazování, při kterých je tázán kdokoliv, kdo jde zrovna okolo nebo komu se operátor dovolá, není příliš náročné. Tímto způsobem rychle a levně pořídíte velký počet rozhovorů. Zpráva plná tabulek a grafů pak vypadá téměř jako opravdová výzkumná studie. Takový postup ale nesplňuje požadavky na reprezentativní šetření. Přesnost nezávisí pouze na počtu rozhovorů, ale zrovna tak na schopnosti postihnout všechny skupiny s odlišnými postoji. Důležité je, aby výběr respondentů nebyl živelný, ale systematicky bránil nevyváženému zastoupení skupin s různým vztahem ke sledovanému jevu.

Důsledkem infiltrace množství nekvalifikovaných producentů do výzkumného průmyslu je nepřehledný trh, kde profesionální výzkumné agentury čelí nekalé konkurenci levných, ale málo spolehlivých šetření. Pokud odběratelé výzkumných produktů přitom nejsou schopni rozlišovat mezi různou kvalitou, pak i profesionální producenti jsou nuceni slevovat ze svých standardů.

2.3 Nadvláda technologie

Nové možnosti při zpracování dat ovlivňují také postupy sociální analýzy ve vědecky založeném výzkumu. Vývoj směřuje k aplikaci komplikovaných metod statistické analýzy, zpracovávání rozsáhlých datových souborů a rozvoji nových oblastí výzkumu. Někdy se tak ale děje na úkor dalších fází výzkumného procesu, zejména teoretické přípravy, konceptualizace a organizace sběru dat.

Blalock (1989) si v tomto kontextu všimá dvou jevů. První označuje jako komunikační bariéru. Zvládnutí nových postupů analýzy dat vyžaduje studium množství materiálu technického charakteru. Důsledkem je nutnost specializace, která někdy vede k upřednostnění povrchního technického přístupu založeného na studiu programových manuálů před znalostí zkoumaných společenských jevů i matematického zakotvení používaných postupů.

Druhý jev spočívá v nekritické aplikaci sofistikovaných statistických analýz na data mizerné kvality. Za komplikovanou analytickou metodou se někdy skrývá nedostatečná pozornost k metodice sběru dat a dalšímu kontextu šetření. V důsledku specializace dochází stále častěji k rozdělování jednotlivých fází výzkumu mezi různé výzkumné týmy. Řada analytiků tak s problematikou organizace šetření v terénu nepřichází do styku. Ne vždy je pak zohledněn širší kontext zdrojových výzkumů a ne vždy jsou kombinovány různé datové zdroje adekvátně.

3. Limity volebních předpovědí

Předpovědi volebních výsledků jsou bezpochyby nejpobláznivějším výstupem, který společnost od výzkumů veřejného mínění očekává. Většina dotazovacích šetření, přestože si to mnoho lidí myslí a někteří producenti výzkumů je v tom ochotně ponechávají, však budoucí volební výsledky přímo neměří. Výjimkou jsou pouze výzkumy exit-poll, které zjišťují volební chování v čase voleb přímo před volebními místnostmi. Primárním výstupem předvolebních šetření jsou data o aktuální podpoře jednotlivých politických subjektů, která poskytují důležité informace využitelné pro volební rozhodování občanů a pro řadu analýz, nicméně od volebních výsledků se v řadě ohledů liší.

3.1 Naměřené hodnoty a volební výsledky

Vztah mezi měřeními stranickými preferencemi a výsledky voleb popisuje řada studií (např. Henn 1998; Crespi 1989; Cantril 1991; Benoit 1998). Hlavní zdroje odlišnosti výstupů předvolebních šetření a výsledků voleb lze shrnout následovně:

a) Rozdíl v čase mezi dotazováním a volbami

Pro přesnost předpovědí založených na měření stranických preferencí je zásadní především časová vzdálenost šetření od budoucích voleb. Podpora velké části voličů jednotlivým politickým subjektům bývá nestálá a jejich postoje se do poslední chvíle utvářejí. Řada lidí se o volby začne zajímat až na základě kampaně a blížící se nutnosti rozhodnout se a v době šetření nemají názor ještě utvořen. V předvolebním období přitom dochází k řadě událostí a stupňují se tlaky cílené na změnu volebního chování.

b) Odlišnost volební situace

Na rozdíl od situace při dotazování k volbám můžete buď jít nebo nejít, nemůžete ale hlasovat „nevím“. Vaše rozhodnutí nikomu nesdělujete, ale hlasujete tajně. V konečné fázi má také docela jiný efekt, než odpověď do dotazníku. Zatímco v předvolebním šetření se lidé rozhodují ještě podle osobních sympatií, skutečné volby je mohou donutit ke složitějšímu kalkulu zahrnujícímu úvahy o sestavení budoucích koalic a vlád.

c) Nepřesnost měření

Celková chyba měření má dvě základní složky, chybu výběrovou a nevýběrovou. Výběrová chyba vyplývá ze skutečnosti, že nedotazujeme celou populaci, ale pouze vybrané jedince. Měření pak nenabízí výsledek zcela shodný s realitou, ale zjištěný údaj a rozmezí (konfidenční

interval), ve kterém se s vysokou pravděpodobností (nejčastěji 95 nebo 99%) pohybuje skutečná hodnota. Rozsah intervalu závisí na velikosti souboru a četnosti jevu. Výběrová chyba se u běžně publikovaných výsledků šetření pohybuje v rozsahu 1 až 3%.⁵ Volební situace však často vyžaduje větší přesnost.

Ke konfliktu mezi možnostmi statistiky a požadavky na přesnost dochází zejména tehdy, pokud se preference kandidujících pohybují blízko sebe a i malý rozdíl tak může radikálně změnit politickou situaci. Např. před prezidentskými volbami v USA v roce 2000 se preference A. Gorea a G. W. Bushe přiblížily na méně než 1%⁶ a řada prognóz předpověděla vítěze špatně. Na hranici statistické chyby se pohybovala i podpora ČSSD a ODS před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 1998.

Nevýběrová chyba zahrnuje ostatní odchylky způsobené různými omyly, nekontrolovatelnými prvky a nedůslednostmi výzkumného procesu. Na přesnost měření má vliv velké množství faktorů, jejichž dopad je obtížné vyčíslit. Na jedné straně stojí podmínky pro výzkum, zejména možnost provést kvalitní výběr, kontaktovat vybrané respondenty a ochota veřejnosti spolupracovat. Na druhé straně je důslednost výzkumného procesu a odpovědná aplikace technik směřujících k redukci systematických odchýlení, která nesmí chybět na straně výzkumné agentury.

d) Specifika volebního systému

K významným zdrojům rozdílů patří též specifika některých volebních systémů. Problémem může být zejména počet a velikost volebních obvodů a způsob přepočtu volebních výsledků na mandáty. Přesnost výběrového šetření je založena na velikosti sebraného vzorku. Zatímco výzkum bývá schopen s rozumnými náklady poměrně přesně zjistit celkovou podporu stran v zemi, složení parlamentu jí nemusí vůbec odpovídat, protože je určováno úspěchem politických subjektů v jednotlivých volebních obvodech samostatně. Pokud je obvodů hodně, jsou malé a přitom se jejich obyvatelé ve volební podpoře výrazně liší, schopnost výzkumu přinést podklady pro smysluplnou volební prognózu se podstatně sníží a prodraží. Tento jev je v našich podmínkách patrný např. v nižší schopnosti výzkumů postihnout situaci před senátními volbami, kdy je aplikován většinový volební systém.

3.2 Srovnávání měření s výsledky voleb

Crespi (1989: 51–54) při srovnávání 423 amerických předvolebních výzkumů z let 1979–1984 zjistil průměrnou odchylku 5,7% od reálného výsledku voleb. Třetina šetření se přitom v průměru odchylovala o více než 6,4%. Tato poměrně vysoká čísla odráží mimo jiné i velkou délku období před volbami, pro která Crespi analýzu provedl, a rozdíly v úrovni zahrnutých výzkumů. Nejdlejší řadou šetření volebních preferencí založených na vědeckých základech disponuje Gallupova organizace. Od roku 1936 činí průměrná odchylka posledních Gallupových průzkumů před americkými prezidentskými volbami 2,2% a u šetření od roku 1960 pouze 1,5% (Gallup 2003). Takové výsledky lze považovat za poměrně přesné.

Preference měřené těsně před volbami se obvykle reálným výsledkům značně přiblíží. Zkušenost však ukazuje, že přesné mohou být i dlouhodobé předpovědi. Většinou jsou pak ale založeny na komplikované analýze zahrnující vedle aktuálních dat z šetření také studium dlouhodobých trendů vývoje stranických preferencí, znalosti o charakteristikách populace

a předpoklady o souvislosti charakteristik s volebním chováním, zkušenosti z vývoje před minulými volbami a analýzy aktuální politické situace (viz např. Benoit 1998).

Možnost připravit přesnou předpověď z dat aktuálních preferencí kriticky závisí na pevnosti utvořených postojů. Permanentní změny volebních postojů a míra tohoto jevu bývá označována pojmem volatilita.⁷ V řadě zemí je zájem o volby z různých důvodů nízký, politická scéna neusazená, politická soutěž nepřehledná. V takovém případě je pro občany obtížné vytvořit si pevný názor a ve svých postojích reagují na sebemenší podněty. Např. roli ve volební účasti mohou hrát i zdánlivé maličkosti, jako je počasí ve volebních dnech či souběžné konání jiné významné události. Výzkumy pak zákonitě dosahují větších odchylek.

3.3 Situace v ČR

Podobně jako v jiných zemích i u nás probíhají kontinuální programy pravidelných průzkumů stranických preferencí a zároveň je před každými volbami organizováno množství speciálních předvolebních šetření. U kontinuálních šetření se jedná o tzv. syndikované výzkumy, které nejsou exkluzivně připraveny pro konkrétního zadavatele, ale jejichž výsledky jsou poskytovány širokému spektru uživatelů.

Za účelem zpřehlednění publikace různých druhů výstupů výzkumů se realizátoři kontinuálních šetření preferencí, CVVM, STEM a TNS Factum (dnes Factum Invenio) dohodli na jednotné definici pojmů. Ty jsou uvedeny v rámečku 1.

Rámeček 1. Jednotná terminologie pro výsledky výzkumů volebních preferencí CVVM, STEM a TNS Factum (Factum-Invenio) podle dohody iniciované sdružením SIMAR.

Stranické preference: Podíl osob, které preferují určitou politickou stranu, ze souboru všech oprávněných voličů. Součet 100 % budou u tohoto údaje tvořit příznivci jednotlivých politických stran, lidé, kteří hodlají volit, ale v době realizace výzkumu nevěděli, na kterou stranu se přiklonit, a lidé, kteří volit nechtějí.

Voličské preference: Podíl osob, které preferují určitou politickou stranu, ze souboru dotázaných, kteří svou volební účast při výzkumu nevyloučili. Součet 100 % budou u tohoto údaje tvořit příznivci jednotlivých politických stran a lidé, kteří hodlají volit, ale v době realizace výzkumu nevěděli, na kterou stranu se přiklonit. Lidé, kteří svoji účast ve volbách vyloučili, budou z výpočtu vyloučeni.

Stranické sympatie: Podíl osob, které buď preferují určitou politickou stranu, nebo jí v případě pochybnosti vyjadřují alespoň sympatie. Součet 100 % tvoří sympatizanti jednotlivých politických stran, lidé, kteří se nedovedou rozhodnout, se kterou stranou sympatizují, a lidé, kteří se žádnou stranou nesympatizují.

Volební prognóza: Odhad skutečného výsledku voleb. Součet 100 % budou u tohoto údaje tvořit předpokládaní skuteční voliči jednotlivých stran.

Minimem při konstrukci volební předpovědi je vyřazení těch respondentů, kteří uvedli, že volit nepůjdou nebo ještě nejsou rozhodnutí, koho budou volit, z výpočtu procent podpory. Tímto způsobem připravovala volební prognózy např. agentura TNS Factum. Shoda takto upravených dat a volebních výsledků může být ale velmi různá (viz výše – část 3.1). CVVM a STEM bývají v označování výsledků za volební prognózy opatrnější.

Výzkumy exit-poll jsou narozdíl od předvolebních šetření navrženy přímo pro účely volebních předpovědí. Probíhají však až v den voleb a jejich data jsou hlavním zdrojem pro volební odhady a prognózy publikované v televizi těsně po uzavření volebních místností, dříve než jsou známy oficiální výsledky. Pro zpřesnění jsou přitom používány charakteristiky vybraných obvodů a průběžné výsledky voleb. Tato šetření jsou též hlavním zdrojem informací o charakteristikách elektorátu jednotlivých stran a změnách ve volebním chování různých skupin obyvatelstva oproti minulým volbám.

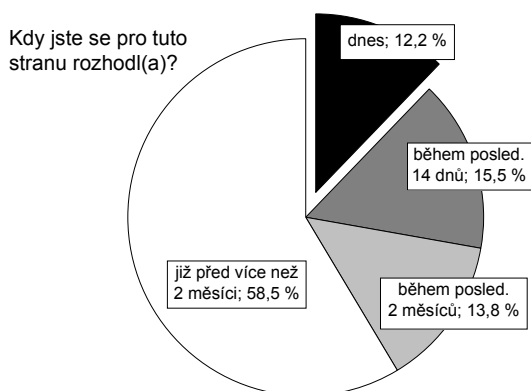
Navzdory jednotné terminologii sekundární zpracovatelé dat různé druhy výstupů často zaměňují. Jakýkoliv údaj o podpoře stran bývá automaticky považován za volební prognózu. Preference jsou obvykle vyjádřeny v procentech, tedy v relativních četnostech. Pak je ale také důležitá i informace, jaká skupina tvoří celek 100%. Procento ze všech oprávněných voličů dává zcela jinou informaci než procento lidí rozhodnutých jít k volbám. Kalvas (2004) analyzoval předvolební zpravodajství předních českých médií. Záměny aktuálních preferencí za prognózu i nakládání s procenty jako s absolutními hodnotami jsou v něm bohužel běžné.

Hlavním odběratelem předvolebních průzkumů jsou právě média, proč jim tedy nepředkládat výsledky ve formě, jakou očekávají. Např. v USA jsou před volbami publikovány téměř výhradně volební prognózy. Data a analýzy, které vydávají české agentury, s výjimkou exit-pollů většinou obsahují stranické a voličské preference a popisují aktuální situaci. Nabízejí se dva hlavní důvody, proč tomu tak je.

Odběratelé výsledků nejsou zvyklí do předvolebních průzkumů příliš investovat. Na rozdíl od situace běžné v zahraničí jsou např. preference ze syndikovaných kontinuálních výzkumů u nás zpřístupňovány prakticky zdarma. Odměnou pro agentury je jen reklama plynoucí z časté citace v médiích. Složitější prognóza by ale znamenala spoustu práce na expertní úrovni a podstatně vyšší náklady a agenturám by se za těchto podmínek nevyplatila.

Druhým důvodem je, že i solidně připravená předpověď dává v českých podmínkách jen malé záruky úspěchu. K výrazným faktorům s negativním dopadem na prognózy patří nestálost postojů v populaci v předvolebním období. Ta je v ČR dokumentovatelná vysokými počty nerozhodnutých, významnými změnami preferencí v čase a změnami v ochetě k volební účasti.

Graf 1. Rozhodování voličů před volbami do PSP ČR v roce 1998. Údaje z dotazování před volebními místnostmi.



Zdroj: Exit Poll 1998 (SC&C).

Tabulka 1. Podíl nerozhodnutých a těch, kteří v předvolebních výzkumech CVVM v roce 2002 neodpověděli na otázku, kterou stranu by volili.

šetření	koho by volil, kdyby volby byly příští týden ¹⁾				koho bude volit ve volbách v červnu ¹⁾	
	01/2002	02/2002	03/2002	04/2002	05/2002	06/2002
datum dotazování	21.–28. 1.	25. 2.–4. 3.	25. 3.–2. 4.	22.–29. 4.	20.–27. 5.	5.–12. 6.
neví	11,3	9,7	14,5	15,0	17,3	17,2
neodpověděl/-a	4,1	3,8	4,0	3,7	4,5	4,8
N ²⁾	930	995	990	1040	992	1004

Poznámky:

Výpočty ze souborů primárních dat CVVM (2002a, 2002b, 2002c, 2002d, 2002e, 2002f). Dopočet do 100 % ve sloupcích tvoří ti, kteří uvedli konkrétní stranu nebo že nepůjdou volit.

¹⁾ V šetřeních do dubna 2002 byly zjišťovány aktuální preference politických stran pomocí otevřené otázky. V květnu a červnu byla otázka šetření vztažena k červnovým volbám a respondentům byl předložen seznam kandidujících stran a hnutí.

²⁾ Počet respondentů s volebním právem.

Zdroj: CVVM (Sociologický ústav AV ČR).

Tabulka 2. Srovnání stranických preferencí změřených ve výzkumech CVVM v květnu a červnu 2002 a skutečných volebních výsledků do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v roce 2002. Údaje v procentech.

	05/2002 20.–27. 5.		06/2002 5.–12. 6.		volební výsledky 14.–15. 6.
	prognóza ¹⁾	odchylka	prognóza ¹⁾	odchylka	
ČSSD	31,1	+0,9	29,2	-1,0	30,2
ODS	27,9	+3,4	27,4	+2,9	24,5
KSČM	14,4	-4,1	17,5	-1,0	18,5
Koalice	16,2	+1,9	13,6	-0,7	14,3
Ostatní strany	10,4	-2,2	12,4	-0,2	12,6
Průměrná odchylka		2,5		1,5	
N	653		647		

Poznámky:

¹⁾ Prognóza spočtená jako podíl těch, kteří uvedli konkrétní stranu, kterou budou volit, tedy preference stran bez nevoličů a nerozhodnutých. Jedná se o údaj spočtený z primárních dat (CVVM 2002e, 2002f). Tisková zpráva CVVM (Kunštát 2002) obsahovala tyto údaje zaokrouhlené na polovinu procenta a chybu ve výpočtu.

Zdroj: CVVM (Sociologický ústav AV ČR), ČSÚ.

Podle exit-pollu z roku 1998 (graf 1) se více než 12 % respondentů definitivně rozhodlo až v den voleb. Tabulka 1 ukazuje vysoké a neklesající procento nerozhodnutých voličů v pravidelných šetřeních CVVM před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2002 a podobné výsledky v této době ukazovala např. i data TNS Factum (viz ihned 2002). Neusazená předvolební situace včetně změn v nabídce kandidujících stran (rozpad Čtyřkoalice) zmenšovala

šanci na přesnou předpověď. Tomu odpovídaly i výrazné odchylky od výsledků voleb v květnu 2002 (viz tabulka 2). Ještě v posledním průzkumu před volbami nebylo 52 % respondentů voličů pevně rozhodnuto, zda k volbám vůbec půjde nebo ne.⁸ Data z tohoto červnového šetření CVVM, přestože se ani počet nerozhodnutých nesnížil, však už přinesla výsledek volbám podobný (viz tabulka 2). Lze se domnívat, že předchozí rozdíly odpovídaly spíše skutečné aktuální situaci a nebyly důsledkem samotné nepřesnosti měření.

Podrobná analýza přesnosti dat by přesahovala formát tohoto článku. Studie, které jsou na toto téma k dispozici (např. Lebeda 2003 a 2004; Krejčí 2004a) ale ukazují, že se objevují jak velmi přesné výzkumy, tak šetření s velkými odchylkami. Přestože řada významných projektů, např. zmíněné kontinuální průzkumy a exit-polly, v přijatelné míře respektuje mezinárodně uznané výzkumné standardy, zejména v předvolebním období do médií proniká množství šetření s nekvalitními metodikami, často na úrovni nevědeckých anket.

4. Výzkumy a média

Průzkumy volební podpory nacházejí zdaleka největší uplatnění v mediálním zpravodajství (Crespi 1980). Média zprostředkovávají přenos výzkumných informací k nejširšímu publiku občanů a významně se podílejí na financování výzkumného průmyslu. Pro samotná média mají výsledky výzkumů dvojí funkci, přinášejí jim informace o veřejnosti, tedy o jejich klientele, a jsou také samy o sobě zprávou, která může přitáhnout pozornost publika (Kaase and Pfetsch 2001: 138). Výzkumy dodávají zpravodajství vyšší relevanci a přispívají k vytváření napětí a dělají tak politické zprávy zábavnější.

Symbióza výzkumu veřejného mínění a mediálního zpravodajství není ale úplně idylická. Na vině je odlišnost potřeb zpravodajství a charakteru výzkumné produkce. Tento paradox a jeho dopady popisují ve svých studiích např. Crespi (1980, 1989: 93–130), Cantril (1991: 33–89) a Broh (1980) a z pohledu praktika v mediálním zpravodajství a politice Gollin (1980). Na základě jejich prací můžeme identifikovat hned několik oblastí, kde dochází ke střetům s dopady na kvalitu výzkumu a na něm založeného zpravodajství.

4.1 Nesoulad ideálu zprávy a charakteru výzkumných informací

Ideální zprávy představují stručné, přehledné, objektivní a zajímavé referování o významných aktuálních událostech. Tomu je podřízeno i využití výzkumů.

První oblast, kterou požadavky médií ovlivňují, je téma. Cílem je podat informace o událostech. V centru zájmu proto není tolik veřejné mínění, postoje a názory lidí jako takové, ale jejich pravděpodobný efekt – dopady na politiku, ekonomiku atp. Stranické preference jsou z tohoto pohledu dobrým artiklem. Je tomu tak zejména pro jejich vztah k volbám, respektive předpokládanou schopnost předpovídat jejich výsledek. Vedle skutečných volebních prognóz tak i aktuální preference a změny ve volební podpoře jsou často vztahovány k tomuto ústřednímu tématu.

Mediální zpravodajství události ve výsledcích výzkumů nejen vyhledává, ale s jejich pomocí je také přímo vytváří. V mezivolebním období na základě pravidelných šetření za tímto účelem inscenuje jakési permanentní kvazi volby a uměle transformuje původně periodický

volební proces do kontinuálního (Crespi 1980: 465–466). V tomto procesu, který se nesoustřeďuje pouze na volební preference, se zároveň může stupňovat i dopad zpětného efektu šetření na veřejné mínění. Někdy tak dochází k jakémusi kruhu zpětných efektů, ve kterém definice, co je zpráva, určuje obsah výzkumu veřejného mínění, jejichž výsledek pak ovlivní politický proces a vznikne tak událost, která se stane zprávou (Gollin 1980: 449–450).

Významnou hodnotou dobré zprávy je její aktuálnost. Důsledná organizace šetření vyžaduje čas, ale předvolební průzkumy pro účely zpravodajství jím plýtvat nemohou. Týden staré volební preference už nejsou aktuální. Jak je ale potom možné aplikovat např. pravidlo dotazování v různých dnech v týdnu nebo realizovat vícenásobné pokusy o kontaktování respondentů? Přednost proto dostávají rychlé a nenáročné metodiky.

Podobně jako sběr dat i analýza v sociálním výzkumu je náročná na čas, komplikovaná a její výstupy bývají obsáhlé a pro zpravodajství nepřehledné. Dílčí výsledky, tabulky s procenty preferencí jsou ovšem prostorově úsporné, přehledné a srozumitelné a ideálu zprávy velmi vyhovují. Systematická komplexní analýza jevu je proto v médiích často nahrazována frekvenčními tabulkami s úsporným komentářem. Veřejnosti je tak ale předkládán polotovár a ne hotový výsledek.

Analýza se stává také obětí samotného chápání pojmu objektivita zprávy (Crespi 1980: 470–472). Zpravodajství se totiž v tomto smyslu soustřeďuje na faktickou dokumentaci, kterou v našem případě představují právě procenta v tabulce, zatímco jejich generalizace a analytické interpretace, jež ve vymezeném prostoru nelze dostatečně doložit, jsou potlačovány jako subjektivní pohled komentátora.

To ovšem neznamená, že skutečná sociální analýza se ve zpravodajství vůbec neuplatní. Svůj prostor ale obvykle nenachází na předních stranách novin a v hlavních zpravodajských relacích, ale spíše spolu s různými životními příběhy a zajímavostmi uvnitř listu, v přílohách a specializovaných zpravodajských pořadech.

4.2 Žurnalistika dostihových závodů

Odlišné charakteristiky mají publikace výzkumných informací tehdy, převládne-li pojetí volebních zpráv jako zábavy. Broh (1980) si v tomto kontextu ve své studii zpravodajství z předvolebních výzkumů v USA všimá častého používání sportovní terminologie a logiky podobné komentování sportovních soutěží a označuje proto tento jev za „žurnalistiku dostihových závodů“ (*horse-race journalism*). Samotné předpovídání voleb zde ztrácí své výsadní postavení. Zájem se přesouvá na sílu podpory politiků či stran ve srovnání s ostatními subjekty v soutěži, na jejich charakteristiky, které je mohou změnit, a zejména na jejich vítězství a prohry v předvolebním soupeření.

Z hlediska objektivit volebních informací tento druh zpráv přináší povrchní a zkrácené hodnocení situace. Častější bývá i chybná interpretace výsledků výzkumů, které se místo nástroje k popisu reality mnohem více stávají událostí samy o sobě. Statistická významnost rozdílů tady ztrácí význam. Výzkumy se pak podílejí na vytváření nové dimenze reality, která více než do politiky patří do oblasti zábavního průmyslu.

5. Závěr

Dotazníková šetření volebních preferencí patří k důležitým zdrojům informací ve všech vyspělých demokratických zemích. Výsledky výzkumů slouží jako zdroj politické inteligence, jako podklady pro rozhodování odborníků v řadě oblastí společenského života a prostřednictvím médií se dostávají k nejširší veřejnosti. I zde nacházejí praktické uplatnění při volebním rozhodování voličů. Přestože mají i řadu jiných funkcí, jejich používání přispívá k vytváření politické kultury.

Charakter dopadu výzkumů na politickou soutěž a úroveň demokracie, jeho pozitiva a negativa, je ale úměrný kvalitě a nezávislosti dodávaných informací. Pozitivním přínosem pro demokracii nejsou výzkumné informace výrazně nespolehlivé nebo zkrácené, ať už je tomu z důvodů nízké úrovně výzkumného procesu, dezinterpretace výsledků v médiích nebo záměrné manipulace.

K tomu, aby pozitivní faktory jednoznačně převážily, je potřeba vytvářet příznivé podmínky. Protože odběrateli výsledků je prakticky celá veřejnost, je žádoucí, aby bylo všeobecně známo aspoň minimum základních informací o povaze výsledků výzkumu. Ideálem jsou informovaní odběratelé, kteří znají hlavní rizika a spolu s výsledky proto vyžadují i základní údaje o kontextu výzkumu – tedy kdo výzkum realizoval a kdo a proč jej objednal, kdy a kde byl proveden, jak velký vzorek byl dotazován a zda je výzkum reprezentativní a pro jakou populaci. Pak je možné si vytvořit obrázek o charakteru zjištění, důvěryhodnosti zpráv a z tohoto pohledu hodnotit i práci agentury.

Stejně jako ve vyspělých zemích, i v České republice existují standardy výzkumné práce (např. SIMAR 2001 a 2004; ICC/ESOMAR bez datace; EFAMRO 1999 nebo i ISO 9001:2000), které jsou pro řadu agentur závazné. Jejich součástí je i výčet povinných údajů o kontextu šetření dodávaný spolu s výsledky. Záleží na médiích, zda je zreprodukovávají, a na dalších recipientech výsledků, zda je využijí.

Standardy kvality ovšem neplatí pro všechny agentury. Respektování norem, profesionalita a zlepšování kvality se proto musí také vyplatit. Jak v tomto kontextu uvádí Noelle-Neumann „kvalita se nemůže objevit v žádné oblasti a u žádného produktu nebo služby, pokud zákazník není schopen tuto kvalitu rozpoznat“ (1997:30). Jinými slovy, podmínkou pro produkci přesných výsledků je i kvalifikace odběratelů pro rozlišování mezi různými druhy výzkumných produktů a jejich ochota adekvátně investovat do kvality. Cestou k tomu je kontinuální metodologická práce expertů ve vědě a výzkumu, odborná kritika publikovaných šetření, šíření informací a vytváření standardů a přehledného prostředí srozumitelného i neodborníkům. Kýženým výsledkem pak je zmenšování informační asymetrie mezi producenty a odběrateli a svobodnější trh, který by vytvářel tlak na zvyšování kvality a ne právě naopak.

Zároveň platí, že hloubka a přesnost informací zjišťovaných pomocí výběrových dotazovacích šetření má své zákonité limity. Z povahy metody vyplývá, že výběrová šetření ani nesledují cíl absolutní přesnosti. Místo dotazování celé populace jsou za rozumných nákladů provedeny rozhovory pouze s jejím malým reprezentativním vzorkem a na jejich základě lze s určitou možností chyby usuzovat na postoje celku. Kvalita výzkumu je tak dána spíše jeho efektivitou, resp. snahou o dosažení přijatelné přesnosti za přijatelných nákladů.

Pro smysluplnou analýzu sociálních dat je proto nezbytná odpovídající interpretace založená na širších znalostech a ne jen tabulky s procenty. Naopak bez podložení dat a statistických

operací dostatečným znalostním zázemím studovaných fenoménů a použitých metod se výběrová šetření stávají spíše nákladnou módní úchylkou kvantitativně orientované společnosti a zdrojem omylů než prakticky využitelnou metodou sociálního výzkumu. Možnosti kvantifikace v sociální analýze nás nedokáží zbavit povinnosti teoretické přípravy a kvalifikovaného úsudku. Právě jejich přítomnost ve výzkumu je nezbytným předpokladem důvěryhodnosti výsledků sociálních analýz.

Poznámky:

1. Světová asociace pro marketingový výzkum ESOMAR, Světová asociace pro výzkum veřejného mínění WAPOR.
2. Teorie demokracie v anglickém jazyce pracují se třemi různými pojmy, které postihují odlišné dimenze odpovědnosti. „Responsibility“ bývá překládáno jako odpovědnost, „accountability“ jako vykazovatelnost, resp. zodpovídání se a „responsiveness“ jako responzivita. Responzivita vyjadřuje vědomí povinnosti soustavně přes zpětnou vazbu veřejně účtovat svoje činy na každé úrovni demokratické hierarchie (Sartori 1993: IX).
3. Jeho předpovědi výsledku prezidentských voleb v USA v roce 1936 (Roosevelt – Landon), které připravil na základě poměrně úsporných reprezentativních výzkumů, byly správné, zatímco nákladné ankety s milióny dotazovaných zcela propadly. Toto vítězství vědeckého přístupu získalo značnou mediální popularitu a předznamenalo následný obchodní úspěch a masové rozšíření reprezentativních výzkumů veřejného mínění.
4. Republikánský konzultant Frank Luntz se snažil o publikaci výsledků z výzkumů, které ve skutečnosti neproběhly.
5. Rozsah konfidenčního intervalu nezávisí jen na celkové velikosti souboru dotázaných, ale i na četnosti jevu. Statistickou spolehlivost výzkumu proto ve skutečnosti nevyjadřuje jen jedno číslo, ale matematická funkce. Např. při výběru 1000 dotázaných u stran se zjištěnou podporou 5 až 10 % se pak skutečná hodnota s 95 % spolehlivostí pohybuje v intervalu $\pm 1,5$ až 2 % od zjištěné hodnoty.
6. V celkovém součtu obdržel Gore 48.38 % a Bush 47.87 % hlasů. O vítězství Bushe rozhodl počet mandátů získaných v jednotlivých státech unie.
7. V politologii je do hloubky rozpracován a zaveden pojem volební volatilita, který je užíván pro změny v podílech hlasů jednotlivých stran v politickém systému získaných v po sobě jdoucích volbách (viz např. Pedersen 1979; Birch 2001 a 2003). V literatuře z oblasti výzkumu veřejného mínění ovšem bývá volatilita pojímána širěji, vztažena na kontinuální změny ve volebních preferencích, tedy i ty změřené ve výzkumech (viz např. Crespi 1989: 58–61; Henn 1998). V tomto smyslu se pak pojem objevuje i v řadě komentářů k předvolební situaci publikovaných anglojazyčnými médii.
8. Odpovědi na otázku „Půjdete volit?“, rozhodně ano 39,5 %, spíše ano 34,2 %, spíše ne 8,3 %, rozhodně ne 8,3 %, neví 9,6 % (výzkum CVVM 5.–12. 6. 2002, N=1004). Skutečná volební účast: 58,0 %.

Literatura:

- Adamec, Cenek a Viden, Ivan. 1947–1948. „Polls Come to Czechoslovakia“. *Public Opinion Quarterly* 11 (Winter 1947–1948), 548–552.
- Baim, Julian. 1991. „Response Rates: A Multinational Perspective“. *Marketing and Research Today* 19 (2): 114–119.
- Birch, Sarah. 2001. *Electoral Systems and Party System Stability in Post-Communist Europe*. Paper prepared for presentation at the 97th annual meeting of the American Political Science Association,

- San Francisco, 30 August – 2 September, 2001. <http://www2.essex.ac.uk/elect/database/papers/SBvolatility.pdf>
- Birch, Sarah. 2003. *Electoral Systems and Political Transformation in Post-Communist Europe*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan.
- Benoit, Kenneth. 1998. *Forecasting Parliamentary Outcomes in Multiparty Elections: Hungary 1998*. Paper prepared for Annual Meeting of the American Political Science Association, Boston, September 3–6, 1998.
- Blalock, Hubert M., Jr. 1989. „The Real and Unrealized Contributions of Quantitative Sociology“. *American Sociological Review* 54, 447–460.
- Bradburn, Norman M. 1992. „A response to the nonresponse problem“. *Public Opinion Quarterly* 56, 391–397.
- Brettschneider, Frank. 1996. „Public Opinion and Parliamentary Action: responsiveness of the German Bundestag in Comparative Perspective“. *International Journal of Public Opinion Research* 8, 292–311.
- Brettschneider, Frank. 1997. „The Press and the Polls in Germany, 1980–1994 Poll Coverage as an Essential Part of Election Campaign Reporting“. *International Journal of Public Opinion Research* 9, 248–265.
- Broh, C. Anthony. 1980. „Horse-Race Journalism: Reporting the Polls in the 1976 Presidential Election“. *Public Opinion Quarterly* 44, 514–529.
- Cantril, Albert Hadley. 1991. *The Opinion Connection: Polling, Politics and the Press*. Washington: Congressional Quarterly Inc.
- Cox, Gary W. 1997. *Making votes count: strategic coordination in the world's electoral systems*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crespi, Irving. 1980. „Polls as Journalism“. *Public Opinion Quarterly* 44, 462–476.
- Crespi, Irving. 1989. *Public Opinion, Polls, and Democracy*. Boulder, San Francisco, London: Westview Press.
- Crewe, Ivor. 1986. „Saturation Polling, the Media and the 1983 Election“. In *Political Communications: The general Election Campaign of 1983*, ed. by I. Crewe and M. Harrop. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dahl, Robert A. 1995. *Demokracie a její kritici*. Praha: Victoria Publishing.
- Daschmann, Gregor. 2000. „Vox pop & polls: The impact of poll results and voter statements in the media on the perception of a climate of opinion“. *International Journal of Public Opinion Research* 12, 160–181.
- EFAMRO. 1999. *EMRQS: EFAMRO Market Research Quality Standards*. EFAMRO. <http://www.efamro.org/>
- ESOMAR. 2004. *Facts & Figures*. Internetová prezentace World Association of Opinion and Marketing Research Professionals (ESOMAR). <http://www.esomar.org> (Facts and Figures).
- ESOMAR/WAPOR. 2003. *ESOMAR/WAPOR Guide to Opinion Polls*. Amsterdam: World Association of Opinion and Marketing Research Professionals (ESOMAR). <http://www.esomar.org/esomar/show/id=103897>
- Gallup, George and Rae, Saul F. 1940. *The Pulse of Democracy*. New York: Simon&Schuster.
- Gallup. 2003. Gallup Poll Accuracy Record. Web of the Gallup Organization. <http://www.gallup.com/content/default.aspx?ci=1210&pg=1>
- Gollin, Albert E. 1980. „Exploring the Liasion Between Polling and the Press“. *Public Opinion Quarterly* 44, 445–461.
- Henn, Matt. 1998. *Opinion Polls and Volatile Electorates. Problems and Issues in Polling European Societies*. Aldershot, Brookfield USA, Singapore, Sydney: Ashgate.
- ICC/ESOMAR. Bez datace. *ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice*. Amsterdam: World Association of Opinion and Marketing Research Professionals (ESOMAR). <http://www.esomar.org/> (Codes and Guidelines).

- ihned. 2002. „Kdo jsou nerozhodnutí voliči?“. *ParlamentníVolby.cz*. Zpravodajský web serveru ihned k volbám do PSP ČR 2002. [http://volby.ihned.cz/index.php?s1=g&s2=0&s3=1&s4=1&s5=0&s6=0&m=detail&article\[id\]=20282925&article\[area_id\]=10016640&article\[sklonuj\]=off](http://volby.ihned.cz/index.php?s1=g&s2=0&s3=1&s4=1&s5=0&s6=0&m=detail&article[id]=20282925&article[area_id]=10016640&article[sklonuj]=off)
- Kaase, Max and Pfetsch, Barbara. 2001. „Polling and the Democratic Process in Germany – Analyses of a Difficult Relationship“. *International Review of Sociology* 11, 125–147.
- Kalvas, František. 2004. „Výsledky předvolebních průzkumů v českých denících“. Pp 167–184 in *Kvalita výzkumů volebních preferencí*, edited by Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Krejčí, Jindřich. 2004a. „Standardy kvality výběrových šetření a české průzkumy volebních preferencí“. Pp. 139–166 in: *Kvalita výzkumů volebních preferencí*, edited by Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Krejčí, Jindřich. 2004b. „Volební průzkumy a společnost“. Pp. 13–35 in: *Kvalita výzkumů volebních preferencí*, edited by Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Kunštát, Daniel. 2002. „Stranické preference těsně před volbami 2002“. *Tisková zpráva CVVM* (27. 6. 2002). <http://www.cvvm.cas.cz> (Tiskové zprávy politické).
- Lebeda, Tomáš. 2003. „Průzkumy volebních preferencí před volbami do Sněmovny 2002. Srovnání agentur CVVM, STEM a TNSF“. *Politologický časopis* 10, 22–37.
- Lebeda, Tomáš. 2004. „Výzkumy volebních preferencí v konfrontaci s volebními výsledky“. Pp. 97–118 in *Kvalita výzkumů volebních preferencí*, edited by Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav AV ČR.
- Manza, Jeff and Cook, Fay Lomax. 2002. „The Impact of Public Opinion on Public Policy: The State of the Debate“. In: *Navigating Public Opinion: Polls, Policy, and the Future of American Democracy*, ed. by Jeff Manza, Fay Lomax Cook and Benjamin I. Page. Oxford, New York, etc.: Oxford University Press.
- Page, Benjamin I. 2002. „The Semi-Sovereign Public“. In: *Navigating Public Opinion: Polls, Policy, and the Future of American Democracy*, ed. by Jeff Manza, Fay Lomax Cook and Benjamin I. Page. Oxford, New York, etc.: Oxford University Press.
- Pedersen, Mogens. 1979. „The Dynamics of European Party Systems: Changing Patterns of Electoral Volatility“. *European Journal of Political Research* 7, 1–26.
- Pennock, J. Roland. 1952. „Responsiveness, responsibility, and Majority Rule“. *American Political Science Review* 46, 790–807.
- Sartori, Giovanni. 1993. *Teória demokracie*. Bratislava: Archa.
- SIMAR 2001. *Etické zásady činnosti v oboru marketingového výzkumu*. Praha: SIMAR. http://www.simar.cz/images/texty/guide_cz.gif
- SIMAR 2004. Standardy kvality. Praha: SIMAR. <http://www.simar.cz/> (Standardy kvality).
- Smith, Tom W. 1995. „Trends in Non-Response Rates“. *International Journal of Public Opinion Research* 7, 157–171.
- Smith, Tom W. 1999. „Developing Nonresponse Standards“. In *Survey Nonresponse*, edited by Robert M. Groves, Don A. Dillman, John L. Eltinge and Roderick J. A. Little. New York: John Wiley & Sons.
- Spangenberg, Frits. 2003. *The Freedom to Publish Opinion Poll Results*. Report on a Worldwide Update. Amsterdam, Lincoln: Foundation for Information.
- Splichal, Slavko. 1999. *Public Opinion: Developments and Controversies in the Twentieth Century*. Lanham, Boulder, New York, Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, INC.
- Taylor, Humphrey. 2002. „The Value of Polls in Promoting Good Government and Democracy“. In: *Navigating Public Opinion: Polls, Policy, and the Future of American Democracy*, ed. by Jeff Manza, Fay Lomax Cook and Benjamin I. Page. Oxford, etc.: Oxford University Press.
- West, Darell M. 1991. „Polling Effects in Election Campaigns“. *Political Behavior* 13, 151–163.

Datové zdroje

- CVVM. 2002a. *Naše společnost 2002, leden*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0201 <http://archiv.soc.cas.cz>
- CVVM. 2002b. *Naše společnost 2002, únor*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0202 <http://archiv.soc.cas.cz>
- CVVM. 2002c. *Naše společnost 2002, březen*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0203 <http://archiv.soc.cas.cz>
- CVVM. 2002d. *Naše společnost 2002, duben*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0204 <http://archiv.soc.cas.cz>
- CVVM. 2002e. *Naše společnost 2002, květen*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0205 <http://archiv.soc.cas.cz>
- CVVM. 2002f. *Naše společnost 2002, červen*. Datový soubor. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) Sociologického ústavu AV ČR (producent), Sociologický datový archiv SOÚ AV ČR (archiv), reg.č. V0206 <http://archiv.soc.cas.cz>
- SC&C. 1998. *Exit Poll 1998*. Datový soubor. Praha: SC&C (producent) pro Českou televizi (zadavatel).