



**Centrum pro výzkum veřejného mínění  
Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.**

Jilská 1, Praha 1  
Tel.: 286 840 129, 210 310 586  
E-mail: jan.cervenka@soc.cas.cz

## Občané o kampani k volbám do Evropského parlamentu – červen 2014

### Technické parametry

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost, v14-06</i>
<i>Realizátor:</i>	<i>Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Projekt:</i>	<i>Naše společnost – projekt kontinuálního výzkumu veřejného mínění CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i.</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>2. – 9. 6. 2014</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>Kvótní výběr</i>
<i>Kvóty:</i>	<i>Kraj (oblasti NUTS 3), velikost místa bydliště, pohlaví, věk, vzdělání</i>
<i>Zdroj dat pro kvótní výběr:</i>	<i>Český statistický úřad</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>Obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Počet dotázaných:</i>	<i>1049</i>
<i>Počet tazatelů:</i>	<i>248</i>
<i>Metoda sběru dat:</i>	<i>Osobní rozhovor tazatele s respondentem</i>
<i>Výzkumný nástroj:</i>	<i>Standardizovaný dotazník</i>
<i>Otázky:</i>	<i>PV.122, PV.123, PV.128, PV.129</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>3. července 2014</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jan Červenka</i>

V rámci červnového šetření se Centrum pro výzkum veřejného mínění věnovalo nedávným volbám do Evropského parlamentu, přičemž se změřilo i na předvolební kampaň vedenou v souvislosti s nimi. Výzkum konkrétně zjišťoval, zda lidé předvolební kampaň jako takovou zaznamenali, kampaň které ze stran si nejlépe zapamatovali, nakolik se o kampaň zajímali a jak ji hodnotí.

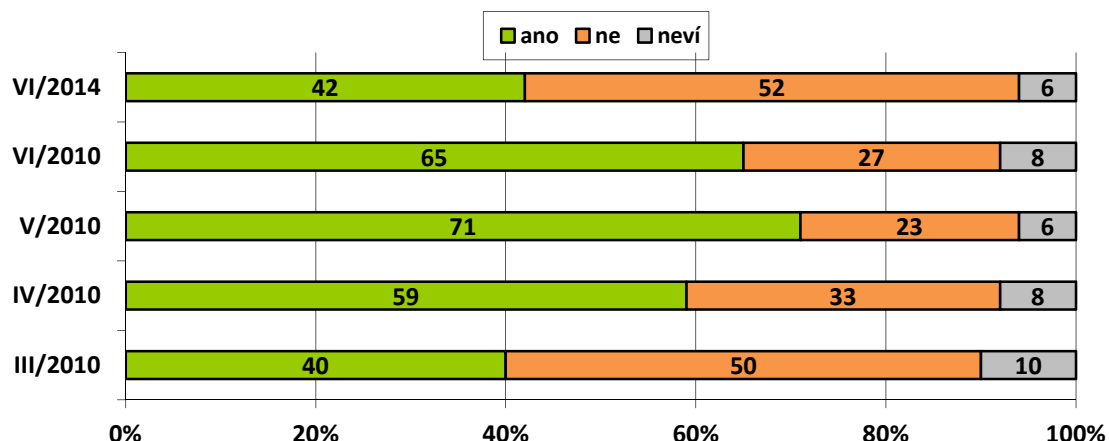
Nejprve byla všem respondentům položena otázka, zda nějakou předvolební kampaň v souvislosti s volbami do EP vůbec zaznamenali.<sup>1</sup> Z výsledků zachycených v grafu 1 plyne, že kampaň zaregistrovaly o málo více než dvě pětiny (42 %) občanů, lehce nadpoloviční většina (52 %) ji naopak podle svých slov nezaznamenala a 6 % dotázaných si nebylo s odpovědí jisto a uchýlilo se k variantě odpovědi „nevím“. V porovnání s předvolební kampaní před sněmovními volbami v roce 2010, kdy se výzkumy CVVM na tuto problematiku opakovaně podobným způsobem zaměřily, byl ohlas předvolební kampaně

<sup>1</sup> Znění otázky: „Zaznamenal jste volební kampaň některé z politických stran, které kandidovaly ve volbách do Evropského parlamentu? Ano, ne?“



mnohem nižší, přičemž srovnatelný výsledek s aktuálním, de facto povolebním výzkumem, byl zaznamenán pouze v březnu 2010 na samém začátku kampaně.

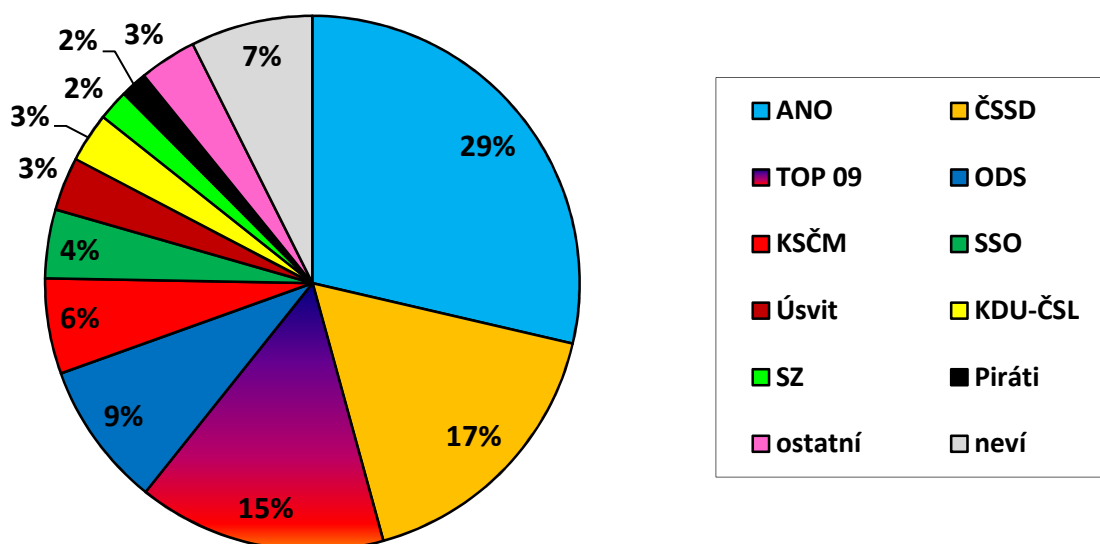
**Graf 1: Zaznamenal předvolební kampaň? (%)**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 2. - 9. 6. 2014, 1049 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Z podrobnější analýzy vyplynulo, že předvolební kampaň mnohem častěji zaznamenali účastníci voleb (73 %) než nevoliči (30 %). Vyšší podíl těch, kdo kampaň registrovali, šetření dále ukázalo mezi absolventy vysokých škol, těmi, kdo se na pravolevé škále politické orientace sami řadí jednoznačně na pravici, a stoupenci ANO nebo TOP 09. Opačnou situaci, tedy relativně nižší podíl těch, kdo kampaň zaznamenal, šetření odhalilo mezi nevoliči bez preferované strany a dotázanými, kteří sami sebe nedokážou zařadit na škále levice-pravice.

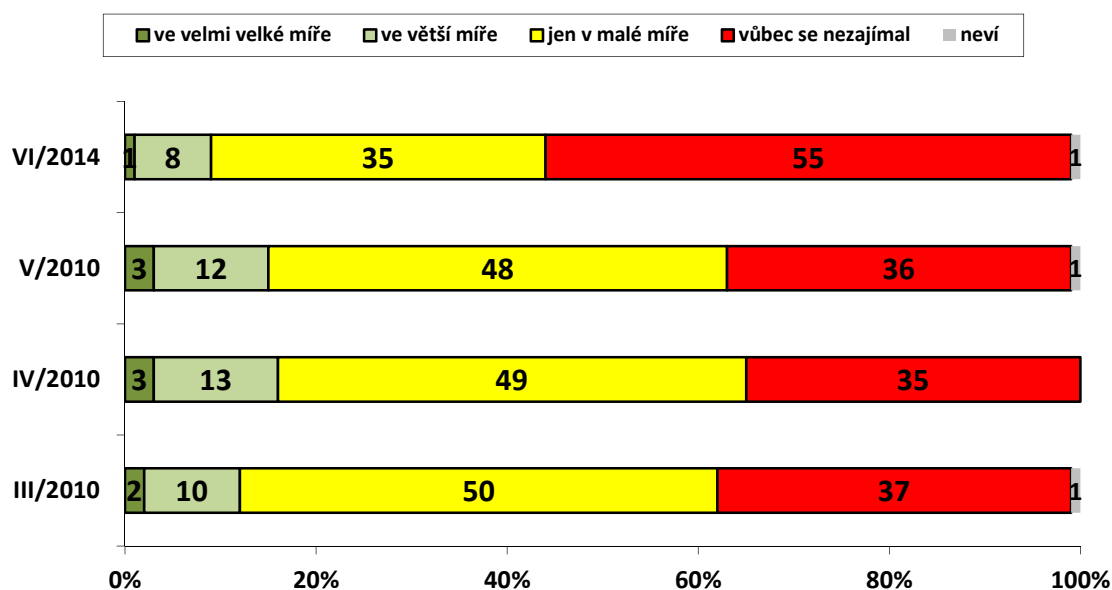
**Graf 2: Čí kampaň jste si nejlépe zapamatoval? (%)**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., Naše společnost 2. - 9. 6. 2014, 438 respondentů, kteří zaznamenali předvolební kampaň, osobní rozhovor.

Všem respondentům, kteří uvedli, že volební kampaň při volbách do EP zaznamenali (N=438), jsme položili otevřenou otázku ohledně strany, jejíž kampaň si zapamatovali nejlépe (viz graf 2).<sup>2</sup> Nejvíce lidem utkvěla v paměti předvolební kampaň strany ANO, jíž si nejlépe zapamatovalo 29 % dotázaných, následovaná kampaněmi ČSSD (17 %), TOP 09 (15 %), ODS (9 %), KSČM (6 %), Svobodných (4 %), Úsvitu přímé demokracie (3 %), KDU-ČSL (3 %), Strany zelených (2 %) a Pirátů (2 %). Jiné strany individuálně nezaznamenaly výskyt překračující 1 %, 7 % dotázaných nedokázalo odpovědět, či kampaň jim nejvíce utkvěla v paměti. Podrobnější analýza přitom ukázala, že lidé si výrazně častěji pamatovali právě kampaň strany, které ve volbách odevzdali svůj hlas.

**Graf 3: Zájem o předvolební kampaň (%)**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., *Naše společnost 2.* - 9. 6. 2014, 1049 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Další otázka zjišťovala zájem o předvolební kampaň.<sup>3</sup> Z výsledků zachycených v grafu 3 je zřejmé, že zájem o kampaň byl velmi nízký. Jen 9 % občanů se o kampaň zajímalo ve „velké“ nebo „větší“ míře a další zhruba třetina (35 %) deklarovala alespoň malý zájem, zatímco nadpoloviční většina (55 %) se o kampaň vůbec nezajímala. Ačkoli ani u voleb do Poslanecké sněmovny, jak ukazuje graf 3, nebyl v roce 2010 deklarovaný zájem nijak vysoký, přece jen úplný nezájem o kampaň byl tehdy výrazně nižší, těsně nad úrovní jedné třetiny, což je řádově o dvě desítky procentních bodů méně než při letošních volbách do EP.

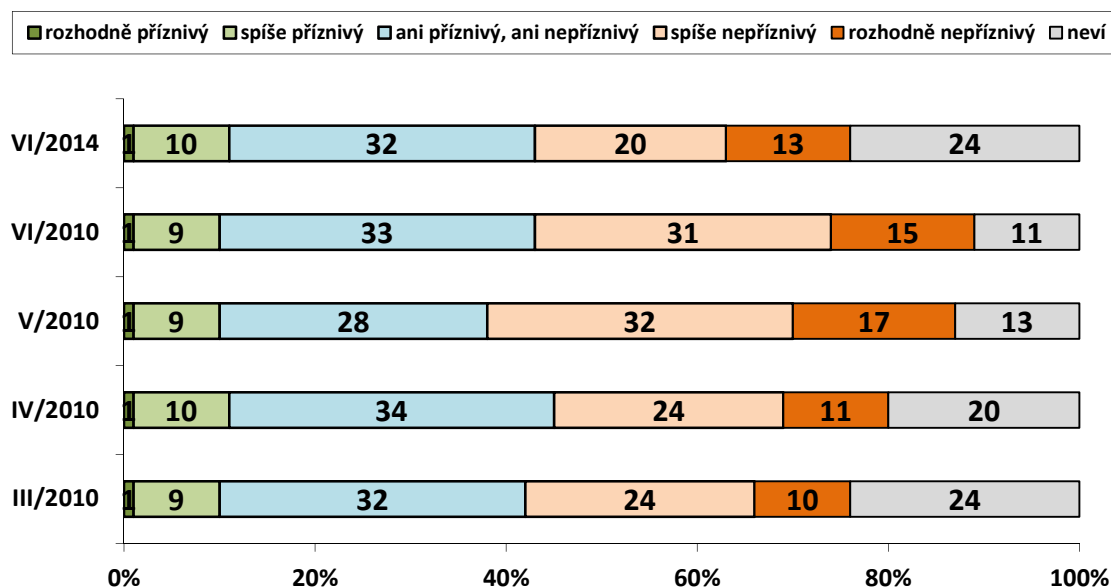
Podrobnější analýza opět ukázala mnohem větší zájem mezi aktivními voliči než mezi nevoliči. Zájem se zvyšuje spolu se stupněm nejvyššího dokončeného vzdělání a je vyšší mezi lidmi, kteří se na škále politické orientace

<sup>2</sup> Znění otázky: „Teď se, prosím, zaměřte na kampaň, kterou si pamatujete nejlépe. Můžete říci, o kampaň které politické strany se jedná?“

<sup>3</sup> Znění otázky: „Do jaké míry jste se zajímal o volební kampaně politických stran, které kandidovaly ve volbách do Evropského parlamentu? Zajímal jste se ve velmi velké míře, zajímal jste se ve větší míře, zajímal jste se jen v malé míře, vůbec jste se nezajímá?“

sami řadí jednoznačně na pravici, a mezi voliči TOP 09 nebo ANO. Opačnou situaci lze vidět u mladých ve věku 15 až 19 let, nevoliči bez preferované strany a lidí, kteří sami sebe nedokážou zařadit na škále levice-pravice.

**Graf 4: Dojem z předvolební kampaně (%)**



Zdroj: CVVM SOÚ AV ČR, v.v.i., *Naše společnost 2.* - 9. 6. 2014, 1049 respondentů starších 15 let, osobní rozhovor.

Poslední otázka zjišťovala celkové hodnocení předvolební kampaně.<sup>4</sup> Výsledky v grafu 4 ukazují, že jako již standardně nepříznivý dojem převládá nad dojmem příznivým, když spíše či rozhodně nepříznivý dojem z kampaně má podle vlastního vyjádření třetina (33 %), další bezmála třetina (32 %) kampaň hodnotí neutrálně a jen desetina (11 %) deklaruje vesměs „spíše“ a jen sporadicky „rozhodně“ příznivý dojem, přičemž zbývající bezmála čtvrtina (24 %) se nedokázala rozhodnout.

Porovnáme-li aktuální výsledky šetření ohledně kampaně pro volby do EP s daty týkajícími se kampaně před sněmovními volbami v roce 2010, vidíme, že se toto hodnocení v de facto povolebním výzkumu prakticky neliší zejména od úvodního březnového šetření, které probíhalo v podstatě ve velmi raném stádiu kampaně, ne-li ještě před jejím faktickým započítáním, zatímco výzkumy z května a června 2010 mají zřetelně vyšší podíly nepříznivého hodnocení na úkor podílu nerozhodnutých, který se během kampaně výrazně snížil. Fakt, že aktuální povolební hodnocení kampaně v roce 2014 odpovídá předkampaňovému hodnocení z roku 2010 nasvědčuje tomu, že kampaň prošla za minimálního zájmu a nezanechala po sobě žádný hluboký dojem, který by významněji vychýlil hodnocení na jednu či druhou stranu.

Z podrobnější analýzy vyplynulo, že příznivěji kampaň hodnotí voliči, kteří se zúčastnili voleb do EP, ti, kdo se o kampaň alespoň v minimální míře zajímali,

<sup>4</sup> Znění otázky: „Pokud vezmete volební kampaň do Evropského parlamentu jako celek, je Váš převažující dojem příznivý nebo nepříznivý? Rozhodně příznivý, spíše příznivý, ani příznivý, ani nepříznivý, spíše nepříznivý, rozhodně nepříznivý?“

dotázaní s dobrou životní úrovní, absolventi vysokých škol, lidé, kteří se na pravolevé škále řadí na vyhraněnou pravici, a voliči TOP 09, ANO či ČSSD. Naopak kritičtěji se na adresu kampaně vyjadřovali vedle nevoličů a lidí, kteří se o kampaň nezajímali, stoupenci KSČM, lidé hlásící se k vyhraněné levici a dotázaní se špatnou životní úrovní.