

## Postavy nadělující dárky očima veřejného mínění

### Technické parametry

<i>Výzkum:</i>	<i>Naše společnost 2006, v06-12</i>
<i>Otázky:</i>	<i>PO.54</i>
<i>Termín terénního šetření:</i>	<i>4. – 11. 12. 2006</i>
<i>Počet respondentů:</i>	<i>1119</i>
<i>Reprezentativita:</i>	<i>obyvatelstvo ČR ve věku od 15 let</i>
<i>Výběr respondentů:</i>	<i>kvótní výběr</i>
<i>Zveřejněno dne:</i>	<i>22. prosince 2006</i>
<i>Zpracoval:</i>	<i>Jan Červenka</i>

Kvůli určitému odlehčení z pohledu respondentů jinak nepříliš záživného dotazníku a zároveň pro potřeby určitého metodologického experimentu, CVVM zařadilo do svého předvánočního prosincového šetření otázku zjišťující „důvěru“ ve vztahu k některým více i méně tradičním „nadělovačům“ dárků spojeným s vánočními svátky a Mikulášem.<sup>1</sup> Otázka podobného znění přitom byla ve výzkumu položena již jednou dříve, a to v prosinci 1998. Výsledky obou šetření zachycuje tabulka 1.

Tabulka 1: Postoj české populace k „dárkonošům“ (%)

	1998				2006			
	důvěřuje	nedůvěřuje	neví	nezná	důvěřuje	nedůvěřuje	neví	nezná
Ježíšek	77	12	9	2	85	9	5	1
Mikuláš	75	13	10	2	76	15	9	0
Anděl	64	19	14	3	70	20	9	1
Čert	57	28	13	2	57	31	11	1
Děda Mráz	33	45	18	4	19	64	13	4
Santa Klaus	29	42	19	10	17	67	5	11

Z odpovědí respondentů vyplynulo, že nejoblíbenějším nadělovačem je vcelku podle očekávání Ježíšek a že tradiční postavy spojované v našem kulturním prostoru s nadělováním dárků, tedy Ježíšek a Mikuláš s Andělem a Čertem z hlediska oblíbenosti či „důvěry“ jednoznačně dominují nad starším i novějším importem východní i západní proveniencí. V porovnání s rokem 1998 tyto tendence, alespoň podle výsledků tehdejšího výzkumu Institutu pro výzkum veřejného mínění, ještě posílily, když „důvěra“ ve vztahu k Ježíškovi a v menší míře k Andělovi narostla, zatímco z východu pocházející Děda Mráz, zatížený spojením se sekularizační indoktrinací a propagandou komunistického režimu

<sup>1</sup> Otázka: „Teď Vám přečtu jména postav spjatých s vánočními svátky a dalších \*\*dárkonošů\*\*. U každého mi prosím řekněte, zda mu důvěřujete nebo nedůvěřujete, či to neumíte posoudit. Případně, zda tuto osobnost neznáte. a) Děda Mráz, b) Ježíšek, c) Santa Klaus, d) Anděl, e) Čert, f) Mikuláš.“ Možnosti odpovědí „spíše důvěřuje“, „spíše nedůvěřuje“, „neví“, „nezná“.

zejména v jeho počátcích, stejně jako jeho západní protějšek Santa Klaus, který z tohoto pohledu ke své smůle takřka symbolizuje vpád globalizované západní a zejména americké kultury a komerce do našeho prostředí (viz např. tradiční vánoční reklamní kampaň firmy Coca-Cola), zaznamenali v podílu „důvěry“ velmi výrazný propad.

Podrobnější analýza výsledků ukázala, že v odpovědích respondentů se patrným způsobem odrážejí i konfesijní a ideologické linie štěpení české společnosti. S křesťanskou tradicí spojení Ježíšek a sv. Mikuláš jsou přes poměrně všeobecnou oblíbenost jednoznačně preferovanější ze strany římskokatolických a obecně křesťanských věřících, zatímco hlavně Děda Mráz a v menší míře i Santa Klaus jsou na tom relativně lépe u bezvěrců. Oba posledně jmenovaní, importovaní dárkonosiči pak zřetelně odkrývají politické či ideologické štěpení společnosti. V případě Děda Mráze je podstatně vyšší obliba patrná u voličů KSČM a lidí hlásících se na pravolevé škále k levici, jimž v protipólu stojí hlavně příznivci KDU-ČSL. U Santa Klause je pak výrazně vyšší podpora mezi stoupenci ODS, jimž v opozici stojí jak voliči KSČM, tak ale i KDU-ČSL.

Kromě toho z rozboru výsledků vyplynulo, že ženy více než muži vyjadřují pozitivní postoj ke všem našim tradičním dárkonošům a že věk se projevuje zejména v postoji k Santa Klausovi, který je mnohem vstřícnější u mladších lidí a s narůstajícím věkem se trvale zhoršuje.