

# Naše společnost

časopis Centra pro výzkum veřejného mínění  
Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i.

ročník 10 (2012), číslo 1

Dana Hamplová

**Manželství a nesezdané soužití  
po padesátce**

Miloš Brunclík

**Internetové volby a digitální propast:  
norský případ**

Paulína Tabery, Gabriela Šamanová

**Volební kampaň a deklarovaná  
volební účast ve výzkumu  
veřejného mínění**

Jan Chromý, Ondřej Dufek

**Důvěryhodnost politiků  
jako sociolingvistický fenomén**

[statí]

<b>Manželství a nesezdané soužití po padesátce</b> Dana Hamplová .....	3
<b>Internetové volby a digitální propast: norský případ</b> Miloš Brunclík .....	9
<b>Volební kampaň a deklarovaná volební účast ve výzkumu veřejného mínění</b> Paulína Tabery, Gabriela Šamanová .....	19
<b>Důvěryhodnost politiků jako sociolingvistický fenomén</b> Jan Chromý, Ondřej Dufek .....	29

Časopis **Naše společnost** je odborným periodikem Centra pro výzkum veřejného mínění, které je od roku 2003 vydáváno Sociologickým ústavem AV ČR, v.v.i. Počínaje rokem 2007 je časopis recenzovaný.

#### Redakce

Daniel Kunštát, šéfredaktor, Gabriela Šamanová, výkonná redaktorka

#### Redakční rada

Ilona Bažantová (PrF UK, Praha), Adéla Gjuričová (ÚSD AV ČR, Praha), František Kalvas (FF ZČU, Plzeň), Jindřich Krejčí (SOÚ AV ČR a FSV UK, Praha), Igor Nosál (FSS MU, Brno), Jiří Šubrt (FF UK, Praha), Tomáš Trampota (FSV UK, Praha), Jiří Vinopal (SOÚ AV ČR a FF UK, Praha), Milan Zeman (SÚ SAV, Bratislava)

#### Zaměření časopisu

Statí primárně vycházejí z výzkumů veřejného mínění a jeho výsledků, a to s důrazem na širší mezioborové souvislosti a aktuálnost témat. Příspěvky čerpají zejména z dat kontinuálního šetření CVVM. Časopis přijímá i analýzy vycházející z empirických šetření jiných subjektů a teoretické statí, které souvisejí s tématy výzkumu veřejnosti a jejího mínění a těží z paradigmat nabízených nejen sociologií, ale například též demografií, politologií, ekonomii, mediálními studii, soudobými dějinami etc.

Časopis vychází dvakrát ročně.

**Naše společnost online:** <http://www.cvvm.cas.cz>

#### Korespondenci zasílejte na adresu:

CVVM, SOÚ AV ČR, v.v.i., Jilská 1, 110 00 Praha 1 nebo na e-mail [redakce.ns@soc.cas.cz](mailto:redakce.ns@soc.cas.cz).

Praha 2012

ISSN 1214-438X

## Manželství a nesezdané soužití po padesátce<sup>1</sup>

Dana Hamplová

### Marriage and Cohabitation in Later Age

**Abstract:** The paper focuses on the union formation in later life using SHARELIFE data from 13 European countries. First, it shows that proportion of single individuals aged 50-69 and the proportion of those who (re)partner vary significantly across European countries. The highest levels of (re)partnering were observed in Scandinavia and the lowest in Southern and Central Europe. Second, it shows that women are much less likely to enter a new coresidential union than men in all studied countries but the relative difference between men and women vary. The smallest difference was observed in Scandinavia and the Czech Republic, the largest in Southern Europe, Austria, and Switzerland. Third, repartnered individuals tend to be younger, more educated, and more likely divorced than widowed comparing to those who stay single.

**Keywords:** marriage, cohabitation, ageing.

Celá řada empirických studií ukazuje, že zdraví a celková pohoda člověka úzce souvisí s rodinným stavem [Brown 2000; Hamplová 2006; Murphy et al. 2007; Rogers 1996; Ross et al. 1990; Stack, Eshleman 1998]. Rodinný stav a partnerské historie se považují i za jeden z klíčových faktorů tzv. úspěšného stárnutí [Crosnoe, Elder 2002; Hughes, Waite 2009; Lillard, Waite 1995]. Dosavadní práce věnovaly rozsáhlou pozornost rozvodovosti a ovdovění a jejich důsledkům pro zdraví a sociálněekonomickou situaci stárnoucí populace, mnohem méně však víme o podmínkách a důsledcích formování nových partnerských svazků.

Studie, které se partnerskými svazky uzavřenými po padesátce zabývají, jsou vzácné a většinou kvalitativního charakteru [Caradec 1997; Clarke 2005; Davidson 2001, 2002; Spalter 2010; Van Den Hoonaard 2002]. Umožňují nám tak porozumět, proč starší lidé chtějí nebo či naopak nechtějí do nového svazku vstoupit, nemůžeme z nich však vyvozovat, jaký podíl populace tak učiní. Absence kvantitativního výzkumu na téma uzavírání partnerských svazků ve vyšším věku přitom nelze vysvětlit tím, že by se jednalo o ojedinělou záležitost. Například De Jong Gierveld [2002] na základě analýz reprezentativního vzorku nizozemské populace tvrdí, že podíl mužů a žen, kteří vstupují do nového svazku po 50. roku věku, jsou „signifikantní“<sup>2</sup> [ibid:61]. Podobně Hamplová [2011] naznačuje, že v některých evropských zemích vstupuje do nového svazku až třetina jedinců, kteří se ve věku 50-70 let ocitli bez partnera.

Hlavním důvodem nedostatku studií zabývajících se svazky ve vyšším věku jsou především omezené datové zdroje. Data běžné demografické statistiky sice přináší informaci o podílech populace uzavírající manželství ve věku nad 50 let, lze však předpokládat, že – zvláště v případech opakovaných svazků – právně uzavřená manželství představují jen část nových soužití. Jistou výhodou oproti běžným demografickým statistikám mají výběrová šetření zaměřená na demografické chování, která nám umožní zahrnout i nesezdaná soužití, v běžných výzkumech však nenajdeme takový počet starších lidí, který by byl dostatečný k analýzám partnerského chování této skupiny.

Ojedinělou příležitostí věnovat se formování nových partnerských svazků ve vyšším věku tak nově nabízí projekt SHARE (Study of Health, Ageing, and Retirement in Europe)<sup>3</sup> zaměřený na životní podmínky mužů a žen padesátiletých a starších. Ve třetí vlně tohoto srovnávacího výzkumu byla zjišťována předchozí životní dráha respondentů a díky retrospektivnímu charakteru těchto dat můžeme zrekonstruovat celkové partnerské dráhy dotazovaných jedinců a odhadnout, jaký podíl starších mužů a žen do nového partnerského svazku v různých evropských zemích vstupuje. Konkrétně hledáme odpověď na tři otázky. Zaprvé, jaký podíl jedinců ve věku 50-69 let vstupuje do nového svazku? Zadruhé, liší se ve formování pozdních svazků muži a ženy a jak lze tyto odlišnosti vysvětlit? Zatřetí, jací lidé do těchto svazků vstupují? Vzhledem k nedostatku základních údajů o partnerství ve vyšším věku má náš text spíše deskriptivní než analytický charakter. Na úvod musíme zdůraznit, že nás zajímají partnerské svazky se společným bydlením, tj. manželství a nesezdaná soužití.

### Data

Třetí vlna výzkumu SHARE (2008-2009, SHARELIFE<sup>4</sup>), ve které dotazovaní odpovídali na otázky týkající se jejich předchozí životní dráhy, se účastnilo 26 276 mužů a žen ve věku 50+ z 13 evropských zemí. Jedná se o retrospektivní historie respondentů, kteří se zúčastnili minimálně jedné vlny panelového šetření SHARE. Velikost vzorků v jednotlivých zemích se pohybuje od 925 (Rakousko) po 3 184 (Řecko). Průměrný věk respondentů byl v době šetření 66,9 let (více viz tabulku 1).

V retrospektivních historiích máme k dispozici informaci o všech manželstvích a nesezdaných soužitích respondenta. V případech manželství bylo zjišťováno, v jakém roce vztah vznikl, v jakém roce pár vstoupil do manželství a v jakém roce začal společně žít. V případě, že spolu manželé v době sběru dat již nežili, byl respondent dotázán, jaký je důvod (úmrtí partnera, rozchod, partner je institucionalizovaný, jiné). Pokud partner zemřel, byl zjišťován rok úmrtí, v případě rozchodu měl respondent uvést, kdy skončilo společné soužití. U institucionalizovaných partnerů byl zaznamenáván rok, ve

kterém spolu pár přestal žít. Nejvyšší počet manželství zaznamenaných u jednoho respondenta bylo šest.

V další sekci dotazníku byly zjišťovány informace o nesezdaných soužitích. Respondenti uváděli, ve kterém roce vztah začal a ve kterém roce spolu začali žít. Pokud již s tímto partnerem nežili, měli odpovědět, jaký byl důvod (úmrtí partnera, rozchod, partner je institucionalizovaný, jiné) a v jakém roce partner zemřel, respektive v jakém roce přestali žít společně. Maximální počet nesezdaných soužití uvedených jedním respondentem je osm.

V empirické části budou použity následující proměnné založené na datech SHARELIFE:

- **Věk** – stanoven jako rozdíl mezi měsícem a rokem rozhovoru a měsícem a rokem narození.
- **„Nezadaný“** – dummy proměnná, která vyjadřuje, zda respondent žil mezi 50. a 70. rokem bez partnera. Tato proměnná získala hodnotu 1, pokud žil respondent „nezadaný“ ve věku 50 let nebo pokud jeho manželství (nesezdané soužití) skončilo úmrtím nebo rozchodem/rozvodem mezi jeho 50. a 70. rokem. Konec partnerství se počítá od okamžiku odděleného bydlení, nikoliv právního rozvodu.
- **„Pozdní partnerství“** – dummy proměnná vyjadřující, zda respondent mezi 50. a 70. rokem vstoupil do nového manželství nebo nesezdaného soužití, tj. začátek alespoň jednoho nového svazku ležel mezi jeho 50. a 70. rokem věku.
- **Vzdělání** – základní (kategorie ISCED 1 a 2), střední (kategorie ISCED 3) a vyšší (kategorie ISCED 4+).
- **Typ nového svazku** – dummy proměnná rozlišující, zda se jedná o manželství či nesezdané soužití.
- **Důvod ukončení předchozího svazku** – rozchod (rozvod) či úmrtí partnera.

Jako kontextuální proměnné byly použity:

- **Podíly mužů a žen v populaci:** index femininity – koeficient získaný vydělením počtu žen počtem mužů v dané věkové skupině. Počty mužů a žen v populaci byly získány z Eurostatu.
- **Míra genderových nerovností** je vyjádřena pomocí ukazatele Gender Inequality Index, který byl vytvořen v rámci rozvojového programu OSN (viz <http://hdrstats.undp.org/en/indicators/68606.html>). Tento index se skládá ze tří dimenzí – postavení na pracovním trhu (zaměstnanost žen), politického zastoupení žen (vzdělání a podíly žen v parlamentu) a reprodukčního zdraví. Vzhledem k malým rozdílům v této třetí dimenzi mezi evropskými zeměmi variabilita jejich indexu závisí především na prvních dvou dimenzích.
- **Velikost partnerského trhu** – podíl „nezadaných jedinců“ v datech SHARELIFE.

## Podíly mužů a žen vstupující do pozdních partnerství

Frekvence svazků uzavíraných po padesátých narozeninách v samém základu závisí na tom, zda je v dané věkové kategorii dostatečný počet mužů a žen, kteří nežijí s partnerem. Je zřejmé, že kdyby všichni lidé žili kontinuálně v jednom svazku od

mládí až do smrti (a oba zemřeli v podobném věku), nemuseli bychom se formováním nových partnerství vůbec zabývat. Mezi respondenty šetření SHARE, kterým bylo v době šetření 50-69 let, bylo 22 % žen a 15 % mužů „nezadaných“. Pod pojmem „nezadaný“ přitom označujeme jedince, kteří nežijí s partnerem bez ohledu na to, zda mají či nemají nějaký stálý vztah mimo svoji domácnost. Největší podíl „nezadaných“ žen byl v Rakousku (31 %), Francii a České republice (28 %) a Polsku a Řecku (26 %), nejnižší naopak ve Švédsku (18 %), Itálii (17 %) a Nizozemí (16 %). Nejvyšší podíl mužů, kteří nežili s partnerkou, najdeme v Polsku, Španělsku a Francii (18 %), nejnižší v Řecku (13 %), Itálii (12 %) a Nizozemí (10 %). Musíme však zdůraznit, že tyto údaje zachycují jen partnerskou situaci v době šetření. Podhodnocují tak počet „nezadaných“, protože nezahrnují ty, kdo sice prožili nějakou dobu bez partnera, ale poté vstoupili do nového svazku.

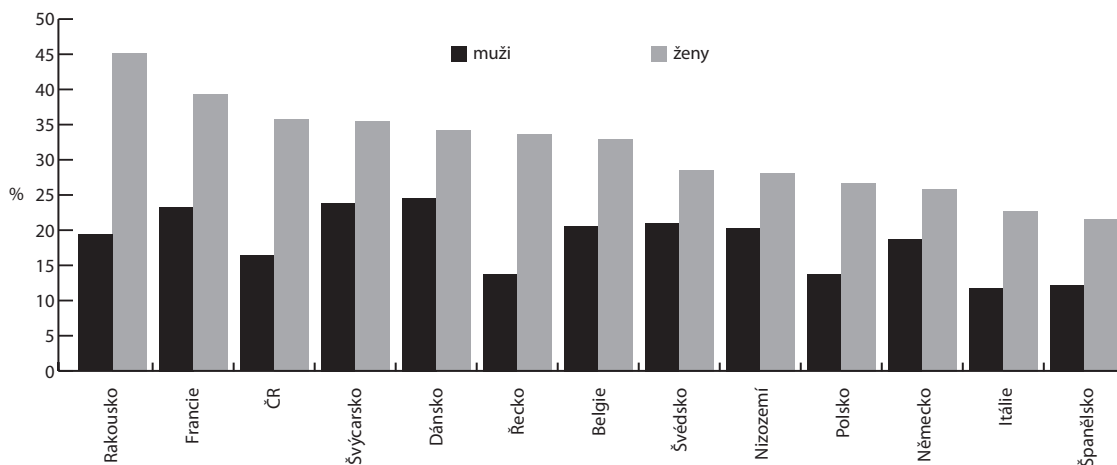
Pokud chceme zjistit podíly mužů a žen, kteří strávili alespoň část doby mezi svými padesátými a sedmdesátými narozeninami bez partnera a představují tak populaci v „riziku“ vstoupit do nového svazku, musíme se podívat na retrospektivní data a zjistit, kolik respondentů nežilo ve věku padesát let v manželství či nesezdaném soužití a kolik jich partnera mezi padesátými a sedmdesátými narozeninami ztratilo (rozvodem/rozchodem nebo úmrtím). V datech SHARELIFE zažilo mezi padesátým a sedmdesátým rokem věku nějakou epizodu „svobodnosti“ 18 procent dotazovaných mužů a 31 procent dotazovaných žen. Podíly mužů a žen, kteří ve věku 50-69 let prožili alespoň nějaký čas mimo partnerský svazek, se však významně liší v různých evropských zemích.

Jak vidíme z grafu 1, nejméně mužů, kteří žili mezi svými padesátými a sedmdesátými narozeninami alespoň chvíli bez manželky či partnerky, najdeme v jižní Evropě a Polsku, nejvyšší podíly jsou naopak ve skandinávských zemích, Švýcarsku a Francii. I v případě žen platí, že nejméně nezadaných padesátnic a šedesátnic nalezneme v jižní Evropě, nejvíce jich však žije v Rakousku, Francii, České republice a Švýcarsku (viz graf 1).

Z hlediska našeho tématu je důležitější, kolik z nezadaných padesátníků a šedesátníků založí novou domácnost s partnerem. Graf 2 napovídá, že i v tomto ohledu mezi evropskými zeměmi existují zásadní rozdíly. Nejméně nových svazků vzniká v jižní a střední Evropě (Řecko, Itálie, Česká republika a Polsko), tedy v zemích s relativně konzervativním rodinným chováním, nejvíce naopak ve Skandinávských, případně germánských zemích. Ve Švédsku tak více než 40 % starších „nezadaných“ mužů vstoupí do opětovného svazku. V Dánsku, Švýcarsku, Rakousku a Německu tak učiní téměř třetina z nich. Pokud tato čísla vztáhneme na celý vzorek, tedy ne pouze na „nezadané“, znamená to, že ve Skandinávii podle našeho odhadu vstoupí do nového svazku přibližně desetina mužů ve věku 50-69 let.

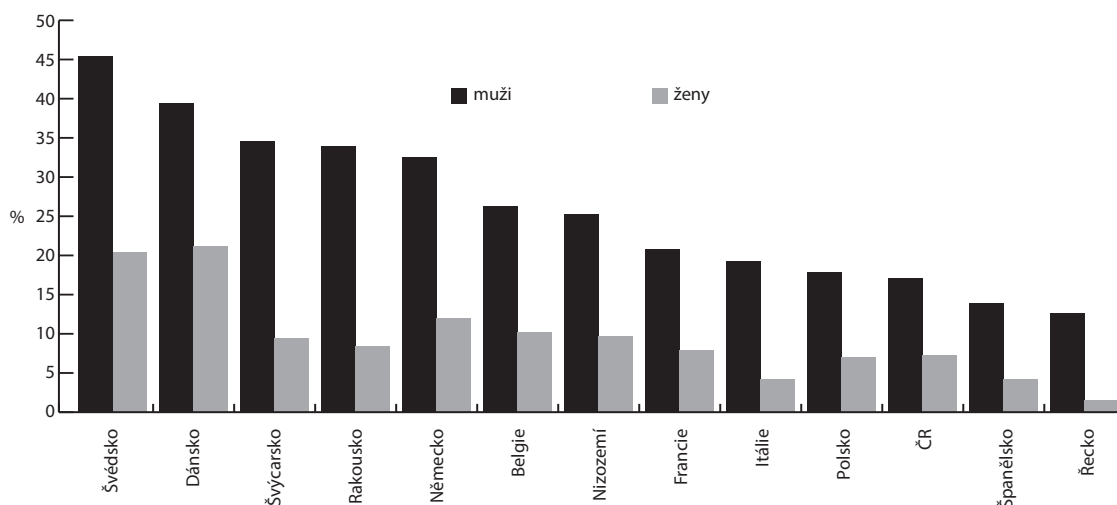
Nepřekvapí, že ženy ve stejné věkové kategorii mají celkově výrazně nižší pravděpodobnost založit domácnost s novým partnerem. Nejčastěji k tomu však dochází opět ve Skandinávii, kde přibližně pětina „nezadaných“ padesátnic a šedesátnic vstoupí znovu do manželství nebo nesezdaného soužití. Tyto ženy představují podle našich odhadů přibližně 6 procent z celkové populace žen ve věku 50-69 let.

Graf 1: Podíly respondentů, kteří ve věku 50-69 let prožili epizodu svobodnosti



Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

Graf 2: Nové svazky, procento nezadaných ve věku 50-69



Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

### Pozdní svazky – rozdíly mezi pohlavími

Musíme upozornit na skutečnost, že ženy mají sice celkově nižší pravděpodobnost začít žít s novým partnerem, ale i relativní rozdíly mezi muži a ženami ve formování nových sňatků po padesátce se v jednotlivých zemích zásadně liší. Zatímco ve Skandinávii a České republice mají muži přibližně dvojnásobnou pravděpodobnost vstoupit do nového svazku než ženy, v Rakousku, Švýcarsku a Itálii jsou podíly mužů v nových partnerstvích přibližně čtyřnásobné a v Řecku více než osminásobné než podíly žen. Řecko je tak zemí nejen s celkově nejnižším podílem nových svazků, ale pokud do nového partnerství někdo vstoupí, jsou to téměř výhradně muži (zjevně s mladšími ženami).

Jak rozdíly mezi zeměmi ve vstupu do nových partnerství po padesátce a v rozdílech mezi muži a ženami vysvětlit? Hypotéz se nabízí několik. Zprvu, úroveň formování nových

svazků i rozdíly v relativních šancích mužů a žen vstoupit do nových partnerství mohou souviset s počty mužů a žen ve vyšším věku v populaci. Jinými slovy: i kdyby se starší ženy rády vdaly, není pro ně dostatek ženichů, protože muži se v průměru dožívají nižšího věku. Nedostatek potenciálních partnerů pak může ještě umocňovat i skutečnost, že muži často hledají partnerky mladší, než jsou oni sami [Smith et al. 1991]. Nerovnovážený sňatkový (či partnerský) trh pak může celkově snižovat počty nových svazků a zvyšovat rozdíly v šancích mužů a žen vstoupit do nového svazku.

Kvalitativní studie však naznačují, že relativně nízký podíl starších žen, které se znovu vdají nebo začnou žít s novým partnerem, může odrážet i jejich neochotu založit novou domácnost s mužem. Nové manželství či nesezdané soužití by pro ně totiž často znamenalo obnovené břímě zodpovědnosti za domácí práce a péči o partnera. Mnohé z těchto žen však v rozhovorech deklarovaly, že o jednoho muže již v životě

pečovaly, a jsou rády, že se jim z dalších pečovatelských povinností podařilo vyvázat. I když tyto ženy nutně neodmítají romantické vztahy, brání se společné domácnosti [Davidson 2001, 2002]. Relativně vysoký podíl nových svazků i relativně vyšší podíl padesátnic a šedesátnic v nových svazcích ve Skandinávii může naznačovat, že vyšší rovnost genderových rolí opravdu zvyšuje pravděpodobnost formování nových partnerství a snižuje rozdíly mezi staršími muži a ženami v pravděpodobnosti vstupu do nového svazku.

Poslední možné vysvětlení rozdílů v pravděpodobnosti vstupu do nového svazku, a případně i rozdílů mezi pohlavími, souvisí s velikostí sňatkového (či obecně partnerského) trhu. Můžeme totiž předpokládat, že čím víc „nezadaných“ jedinců ve společnosti je, tím frekventovanější nové svazky budou, protože lidé mají větší šanci potkat někoho, kdo vyhovuje jejich představám. Velikost partnerského trhu by tak mohla být alternativním vysvětlením vyššího počtu nových svazků v severských zemích.

Abychom ověřili význam zmíněných tří hypotéz, vypočítali jsme sadu korelací a parciálních korelací. Ty nám napoví, jak silná je souvislost mezi formováním nových svazků, relativním počtem mužů a žen, genderovou rovností a velikostí partnerského trhu. Relativní „přebytek“ žen v dané věkové skupině jsme získali vydělením počtu žen počtem mužů (zdroj dat: Eurostat). Rozlišujeme přitom tzv. index femininity<sup>5</sup> ve věku

50-59 a 60-69 ze dvou důvodů. Zaprvé, v nižší věkové skupině se ještě plně neprojevuje nadúmrtnost mužů a v některých zemích počty mužů dokonce převyšují počty žen. Zadruhé, jak ukážeme později, většina nových svazků ve starším věku vzniká právě mezi padesátým a šedesátým rokem a později se pravděpodobnost vstupu do nového partnerství výrazně snižuje. Míru genderových nerovností vyjadřujeme pomocí indexu GII (Gender inequality index, UNDP). Velikost sňatkového trhu pak odhadujeme na základě podílu nezadaných jedinců v datech SHARE v dané zemi.

Tabulka 2 přináší korelační koeficienty, z nichž lze vyčíst, nakolik formování nových svazků souvisí s relativním počtem mužů a žen v populaci, s genderovou nerovností a s celkovým podílem „nezadaných“. V levém sloupci uvádíme celkové korelace neočištěné od vlivu ostatních faktorů, v pravém sloupci přidáváme parciální korelace, které kontrolují vliv ostatních charakteristik. Z tabulky jasně vyplývá, že celková pravděpodobnost vstupu do nového svazku souvisí jak s relativními počty mužů a žen v populaci, tak s mírou genderových nerovností a velikostí partnerského trhu. Čím víc je žen ve srovnání s muži a čím větší jsou genderové nerovnosti, tím méně nových svazků vzniká. Korelační koeficienty jsou v obou případech vysoké: -0,66 a -0,68. Vztah mezi velikostí partnerského trhu a podílem nových partnerství je naopak pozitivní – čím více „nezadaných“ jedinců, tím častější jsou nová partnerství po padesátce. Ve srovnání s relativním počtem mužů a žen v populaci a mírou genderových nerovností je však souvislost mezi velikostí partnerského trhu a formováním nových partnerství slabší (korelační koeficient 0,32). Pokud tyto korelace očistíme od vlivu ostatních faktorů (zajímá nás například „čistý“ vliv genderových nerovností poté, co kontrolujeme velikost partnerského trhu<sup>6</sup>), celkové závěry o vztahu mezi zmíněnými třemi charakteristikami a formováním nových partnerství zůstávají stejné, vztahy se však celkově oslabí.

Tabulka 2 rovněž ukazuje, nakolik relativní počet mužů a žen v populaci, genderová nerovnost a velikost partnerského trhu souvisí s rozdíly mezi muži a ženami v šancích vstoupit do nového svazku. Z tabulky je zřejmé, že souvislost mezi počty nezadaných a rozdíly mezi muži a ženami v pravděpodobnosti vstoupit do nového svazku spolu příliš nesouvisí (korelační koeficient -0,10). Významný je však relativní „přebytek“ žen ve vyšším věku a míra genderových nerovností. Stručně řečeno, čím víc je společnost genderově nerovná a čím víc je žen ve srovnání s muži, tím větší jsou rozdíly v počtu starších mužů a žen vstupujících do nových partnerství.

**Tabulka 1: Počet respondentů a průměrný věk podle zemí**

	N	Věk
Rakousko	925	68,4
Německo	2129	66,7
Švédsko	2284	68,3
Nizozemí	2554	65,8
Španělsko	2453	69,0
Itálie	2889	67,5
Francie	2675	67,3
Dánsko	2315	65,6
Řecko	3184	66,6
Švýcarsko	1467	66,6
Belgie	3111	67,2
Česko	2030	66,1
Polsko	2270	65,5

Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

**Tabulka 2: Korelační koeficienty mezi charakteristikami společnosti a podílem svazků uzavřených ve věku 50-69 let a relativním rozdílem mezi muži a ženami**

	Podíl nových svazků		Relativní rozdíl muži/ženy	
	korelace	parciální korelace	korelace	parciální korelace
Poměr pohlaví v populaci 50-69	-0.66	-0.57 <sup>a</sup>	0.35	0.21 <sup>a</sup>
Poměr pohlaví v populaci 50-59	-0.65	-0.45 <sup>a</sup>	0.49	0.36 <sup>a</sup>
Index genderové nerovnosti	-0.68	-0.55 <sup>b</sup>	0.39	0.27 <sup>b</sup>
Podíly nezadaných	0.32	0.41 <sup>b</sup>	-0.11	-0.10 <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Kontroluje genderové nerovnosti a podíly nezadaných

<sup>b</sup> Kontroluje poměr pohlaví v populaci 50-59

Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

## Vstup do pozdního svazku podle vzdělání a způsobu ukončení předchozího svazku

Tabulky 3 a 4 shrnují údaje o jedincích, kteří vstoupili do nového svazku, a v případě, kdy to je možné, je srovnává s těmi, kteří tak neučinili. Co z těchto tabulek vyčteme? Zaprvé, většina mužů a žen, kteří vstoupí po padesátých narozeninách do nového partnerství, tak učiní v nižším věku. Přibližně polovina nových partnerství tak vznikla mezi padesátým a pětapadesátým rokem věku, zatímco po šedesátých pátých narozeninách vstoupilo do nového partnerství přibližně jen 8 procent mužů a žen z těch, kdo našli nového partnera (viz tabulku 3).

Z dat SHARELIFE dále vyplývá, že muži i ženy, kteří vstupují do nového svazku, jsou vzdělanější, než ti, kteří tak neučiní. Vysokoškoláci mají například téměř dvojnásobnou pravděpodobnost uzavřít pozdní manželství nebo začít žít v nesezdaném soužití než lidé se základním vzděláním. Tento závěr přitom platí pro ženy i muže. Tabulka 4 tak ukazuje, že do nového svazku vstoupilo 11 procent vysokoškolaček a 31 procent vysokoškoláků, ale jen 7 procent žen a 19 procent mužů bez středoškolského vzdělání.

Nové svazky jsou rovněž typičtější pro rozvedené<sup>7</sup> než pro ovdověné. Zatímco pouze čtvrtina ovdovělých mužů začne žít s novou ženou, mezi rozvedenými tak učiní více než třetina. Rozdíl mezi ovdovělými a rozvedenými jsou pak zvláště patrné v případě žen – pouze 5 procent ovdovělých žen založí domácnost s novým mužem, zatímco z rozvedených tak učiní 16 procent.

Tabulka 3 dále naznačuje, že muži vstupují do nových partnerství nejen častěji, ale i rychleji než ženy. Pětina z nich začne žít s novou partnerkou do roka poté, co jejich předchozí manželství nebo nesezdané soužití zaniklo, do pěti let tak učiní dvě třetiny. Naproti tomu jen desetina znovu zadaných žen začne žít s novým partnerem do jednoho roku po skončení předchozího vztahu, a do pěti let tak učiní dvě pětiny. Padesátice a šedesátnice rovněž častěji vstupují do nesezdaných soužití, než se vdávají, zatímco mezi padesátníky a šedesátníky převažuje manželství.

Tabulka 3: Charakteristiky svazků uzavřených ve věku 50+, %

Věk opakovaného svazku	Pohlaví	
	Muž	Žena
50-54	50.6	48.7
55-59	27.7	27.9
60-64	13.3	14.6
65-70	8.4	8.8
Doba od ukončení předchozího svazku		
0-1 rok	21.9	10.8
2-5 let	37.9	31.1
6-10 let	20.8	23.5
Více než 10 let	19.5	34.6
Typ nového svazku		
Manželství	53.3	45.1
Nesezdané soužití	46.7	54.9

Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

## Závěr

Studie zabývající se životní dráhou se většinou soustřeďují na první část života. Pozornost tak přitahují otázky rodinných startů, rodičovství, partnerství, vstupu do prvního zaměstnání a jeho stabilita a změny časování těchto událostí [Chaloupková 2010]. Události spojené s druhou polovinou života však v české sociologii přitahují mnohem méně pozornosti. Vznik a zánik partnerských svazků ve vyšším věku jsou přitom důležitá témata, protože podle mnohých autorů výrazně ovlivňují zdraví, sociální sítě, psychickou pohodu či socioekonomické zázemí stárnoucí populace.

V našem textu jsme se pokusili na datech SHARE ukázat, že formování nových partnerských svazků po padesátých narozeninách není ojedinělé. Podíly jedinců vstupující do pozdních manželství či nesezdaných soužití sice nejsou v celkové populaci zvláště vysoké, pokud však vezmeme v úvahu populaci nezadaných mužů a žen, zjistíme, že počty nových svazků nejsou zanedbatelné. V některých evropských zemích tak až přibližně 40 procent nezadaných padesátníků a šedesátníků začíná žít s novou partnerkou.

Data SHARE naznačují, že mezi jednotlivými evropskými zeměmi existují odlišnosti nejen v pravděpodobnosti vstupu do pozdních svazků, ale i v relativních rozdílech mezi muži a ženami. Ve vztahu k relativním rozdílům mezi pohlavními i k celkové pravděpodobnosti vstupu do pozdního svazku jsme formulovali tři hypotézy. První hledala vysvětlení v relativních počtech mužů a žen ve starších věkových skupinách, druhá odkazovala na případný efekt genderových nerovností a třetí zdůrazňovala důležitost velikosti partnerského trhu. Naše analýzy naznačují, že podíly nových svazků po padesátce souvisí jak s relativním počtem mužů a žen, tak s indexem genderové nerovnosti a velikostí partnerského trhu. Relativní velikost rozdílů mezi muži a ženami však souvisí pouze s prvními dvěma charakteristikami. Data rovněž ukazují, že vstup do pozdních svazků je typičtější pro vysokoškoláky a padesátníky spíše než šedesátníky.

Tabulka 4: Vstup do nových svazků podle vzdělání a způsobu ukončení předchozího svazku, %

	Muži		Ženy	
	nový svazek		nový svazek	
	ne	ano	ne	ano
Vzdělání				
Základní	81.2	18.8	93.5	6.6
Střední	75.0	25.0	90.8	9.2
Terciární	69.3	30.7	88.5	11.5
Způsob ukončení předchozího svazku				
Rozvod/rozchod	64.3	35.7	83.6	16.4
Ovdovění	75.6	24.4	94.4	5.6

Zdroj: SHARELIFE 2008/2009 (3. vlna šetření SHARE)

- Brown, Susan L. 2000. „The Effect of Union Type on Psychological Well-Being: Depression Among Cohabitators Versus Marrieds“. *Journal of Health & Social Behavior* 41: 241-255.
- Caradec, Vincent. 1997. „Forms of Conjugal Life Among the „Young Elderly““. *Population: An English Selection* 9: 47-73.
- Clarke, Laura Hurd. 2005. „Remarriage in Later Life: Older Women's Negotiation of Power, Resources and Domestic Labor“. *Journal of Women & Aging* 17: 21-41.
- Crosnoe, Robert Jr., Glen H. Elder. 2002. „Successful Adaptation in the Later Years: A Life Course Approach to Aging“. *Social Psychology Quarterly* 65 (4): 309-328.
- Davidson, Kate. 2001. „Late Life Widowhood, Selfishness and New Partnership Choices: A Gendered Perspective“. *Aging and Society* 21: 297-317.
- Davidson, Kate. 2002. „Gender Differences in New Partnership Choices and Constraints for Older Widows and Widowers“. *Ageing International* 27: 43-63.
- De Jong Gierveld, Jenny. 2002. „The Dilemma of Repartnering: Consideration of Older Men and Women Entering New Intimate Relationships in Later Life“. *Ageing International* 27: 61-78.
- Hamplová, Dana. 2006. „Životní spokojenost, štěstí a rodinný stav v 21 evropských zemích“. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 42: 35-55.
- Hamplová, Dana. 2011. „(Re)marriage and (Re)partnering in Later Life“. RC 28 Annual Meeting, Colchester, Essex, UK, 13. 4. - 16. 4. 2011.
- Hughes, Mary Elizabeth, Linda J. Waite. 2009. „Marital Biography and Healthy at Mid-Life“. *Journal of Health & Social Behavior* 50: 344-358.
- Chaloupková, Jana. 2010. „Roste variabilita počátků rodinných drah?“. In Jana Chaloupková (ed.). *Proměny rodinných a profesních startů*. Praha: SOÚ AV ČR.
- Lillard, Lee A., Linda J. Waite. 1995. „Till Death Do Us Part: Marital Disruption and Mortality“. *American Journal of Sociology* 100: 1131-1156.
- Murphy, Michael, Emily Grundy, Stamatis Kalogirou. 2007. „The Increase in Marital Status Differences in Mortality Up to the Oldest Age in Seven European Countries, 1990-99“. *Population Studies* 61 (3): 287-298.
- Rogers, Richard G. 1996. „The Effects of Family Composition, Health, and Social Support Linkages on Mortality“. *Journal of Health & Social Behavior* 37: 326-338.
- Ross, Catherine E., John Mirowsky, Karen Goldsteen. 1990. „The Impact of the Family on Health: The Decade in Review“. *Journal of Marriage and Family* 52: 1059-1078.
- Smith, Ken R., Cathleen D. Zick, Greg J. Duncan. 1991. „Remarriage Patterns Among Recent Widows and Widowers“. *Demography* 28: 361-374.
- Spalter, Tal. 2010. „Social Capital and Intimate Partnership in Later Life: A Gendered Perspective on 60+ Year-old Israelis“. *Social Networks* 32 (4): 330-338.
- Stack, Steven, J. Ross Eshleman. 1998. „Marital Status and Happiness: A 17-Nation Study“. *Journal of Marriage and Family* 60: 527-536.
- Van Den Hoonaard, Deborah. 2002. „Attitudes of Older Widows and Widowers in New Brunswick, Canada Towards New Partnerships“. *Ageing International* 27 (4): 79-92.

Dana Hamplová vystudovala sociologii a bohemistiku na Filozofické fakultě UK v Praze, kde rovněž získala titul Ph.D. ze sociologie. V současnosti pracuje jako vědecký pracovník v Sociologickém ústavu AV ČR, v.v.i. Věnuje se srovnávacímu výzkumu, a to především problematice demografického chování, sociální stratifikaci a sociologii náboženství. Lze ji kontaktovat na adrese: [dana.hamplova@soc.cas.cz](mailto:dana.hamplova@soc.cas.cz)

## poznámky

- <sup>1</sup> Tento text vznikl v rámci řešení grantového projektu GA ČR P404/11/0145.
- <sup>2</sup> Pojem signifikantní používá sama autorka.
- <sup>3</sup> Tento text používá data SHARELIFE release 1 (listopad 2010). Jedná se o projekt financovaný v 5. - 7. rámcovém programu (project QLK6-CT-2001- 00360, SHARE-I3, RII-CT- 2006-062193, COMPARE, CIT5-CT-2005-028857, and SHARELIFE, CIT4-CT-2006-028812, SHARE-PREP, 211909 and SHARE-LEAP, 227822). Na spolufinancování se podílel také U. S. National Institute on Aging (U01 AG09740-13S2, P01 AG005842, P01 AG08291, P30 AG12815, Y1-AG-4553-01 and OGHA 04-064, IAG BSR06-11, R21 AG025169).

- <sup>4</sup> Třetí vlna šetření SHARE se nazývá SHARELIFE, neboť se zaměřovala na retrospektivní historie.
- <sup>5</sup> Standardní sex ratio se vypočítává jako poměr počtu mužů v populaci vůči počtu žen. V tomto textu jsme naopak počty žen vydělili počtem mužů, protože tato inverze umožňuje jednodušší interpretaci.
- <sup>6</sup> Dá se například předpokládat, že v zemích s tradičnějšími gender rolemi je méně rozvodů, a tedy i menší partnerský trh.
- <sup>7</sup> Jedná se jak o legálně rozvedené, tak o jedince, jejichž nesezdané soužití se rozpadlo.



# Internetové volby a digitální propast: norský případ<sup>1</sup>

Miloš Brunclík

## Internet Election and Digital Divide: The Case of Norway

**Abstract:** The article deals with developments of the Internet elections project in Norway. The project for the time being peaked with the 2011 municipal and regional elections, in which voters in ten municipalities were entitled to cast their votes over the Internet. The article firstly analyses Internet elections pilot projects and discusses results of surveys focused on key preconditions of the Internet elections within the framework of the digital divide concept. Furthermore, the article is concerned with results of the Internet elections in terms of several key variables: ratio of those, who cast their vote over the Internet depending on their place of residence, party preferences and age. In spite of a high level of Internet penetration in Norway surveys and the Norwegian Internet elections have confirmed existence of two sub-types of digital divide: social divide and democratic divide.

**Keywords:** internet election, political participation, digital divide.

V září roku 2011 se v Norsku poprvé uskutečnily volby, ve kterých měli voliči možnost odevzdat svůj hlas pomocí internetu. Jednalo se o volby do místních a regionálních zastupitelstev v deseti předem určených obcích. V ostatních obcích voliči hlasovali tradičním způsobem – pomocí papírového hlasovacího lístku. I přes tato omezení se jedná o velký průlom v norské volební historii.

Tento článek sleduje dva cíle. Prvním cílem je analýza jednoho z klíčových předpokladů internetových voleb: podíl internetových uživatelů v Norsku a podíl těch, kteří internet využívají i k politické participaci. Tato otázka je důležitá zejména s ohledem na to, že Norsko počítá s konáním internetových voleb i v blízké budoucnosti na parlamentní úrovni. Teoretickým východiskem pro analýzu této otázky je koncept tzv. digitální propasti (*digital divide*). Druhým cílem je představit vývoj norského projektu internetových voleb, jeho podobu a zvláště výsledky voleb v deseti obcích, kde měli voliči možnost odevzdat svůj hlas pomocí internetu.

Ačkoli na téma internetového hlasování byla publikována řada studií z oblasti společenských věd i informatiky, zůstává tato oblast mezivědního výzkumu stále do značné míry neprobádaná. V souvislosti s přípravou, testováním a konáním internetových voleb v různých zemích světa však postupně vznikají teoretické a empirické studie, které zaplňují bílé místo odborného výzkumu [např. Kersting, Baldersheim 2004; Alvarez, Hall 2006; Chadwick 2006; Chadwick, Howard 2010]. V České republice zůstává toto téma s několika výjimkami také nedotčené [např. Rada 2006; Šindelář 2006; Reterová 2007; Reterová 2008; Sokol 2011]. První kapitola proto zasadí norský případ do kontextu problematiky internetového hlasování v podobě vymezení pojmu internetové volby na pozadí popisu dalších typů elektronických voleb. Tato kapitola také uvádí další země, které mají s internetovým hlasováním zkušenosti. Druhá kapitola shrnuje argumenty zastánců a kritiků internetových voleb v podobě jejich hlavních výhod a rizik. Třetí kapitola popisuje primární předpoklady internetových voleb v Norsku – podíl internetových uživatelů v kontextu relevance a podoby fenoménu označovaného jako digitální propast (*digital divide*). Čtvrtá kapitola se zabývá vývojem, který prodělal norský projekt internetových voleb v posledním desetiletí. Pátá kapitola se zabývá samotnými internetovými

volbami v roce 2011: jejich právním rámcem a popisem z hlediska voliče. Šestá kapitola se zaměřuje na výsledky voleb v deseti obcích, kde mohli voliči hlasovat pomocí internetu. Konkrétně se věnuje a) volební účasti, b) podílu lidí, kteří využili k odevzdání hlasu internet (tzv. e-hlasy), c) srovnání hypotetických výsledků voleb podle e-hlasů a hlasů odevzdaných klasickým způsobem, d) podíl e-hlasů podle místa bydliště, e) podíl e-hlasů mezi voliči jednotlivých politických stran a f) podíl e-hlasů v závislosti na věku. Závěrečná kapitola shrnuje hlavní zjištění článku a představuje záměry Norska s internetovým hlasováním do budoucna.

## Internetové volby v teorii a praxi

Internetové volby jsou pouze jednou částí širšího konceptu – *e-government*, tedy využití internetu a dalších moderních informačních a komunikačních technologií pro poskytování služeb veřejné správy a pro komunikaci mezi občany a veřejnou správou [blíže Kersting, Baldersheim 2004: 6-7; Nixon, Koutrakou 2007; Margetts 2010].

Vedle tradičního způsobu odevzdávání hlasů, tj. pomocí volebního lístku do volebních urn ve volebních místnostech, se využívají i tzv. alternativní způsoby hlasování, kam patří zaslání hlasu poštou, pomocí digitální televize, telefonu či počítače atp. [blíže Reterová 2008]. V rámci alternativních způsobů hlasování lze ještě vymezit elektronické a internetové volby. V následujícím textu je pojem elektronické volby chápán jako širší než pojem internetové volby. Elektronické volby se vztahují k různým možnostem odevzdávání hlasů prostřednictvím elektronického zařízení (viz tabulku 1). Různé typy elektronických voleb se dále liší v míře kontroly, kterou mají příslušné úřady nad hlasovacími médii. V některých zemích byly již testovány volby pomocí k internetu připojeného volebního terminálu umístěného ve volební místnosti (*Intranet poll site voting*). Dále je možné ještě uvést tzv. *kiosk-voting*, tedy rovněž hlasování pomocí přístroje, který je připojen k internetu a který je pod kontrolou volební komise. Tyto volební terminály mohou být však navíc umístěny nejen ve volebních místnostech, ale i na jiných veřejných místech, včetně nákupních středisek [Reterová 2008: 63-64].

Tabulka 1: Typologie elektronického hlasování

Míra kontroly volební infrastruktury ze strany úřadů	Elektronické technologie	
	Internet	Ostatní elektronické technologie
Vysoká	Intranet poll site voting	Hlasovací terminály
Střední	Kiosk voting	
Nízká	Remote Internet voting	Hlasování pomocí mobilního telefonu (SMS), digitální televize apod.

Zdroj: upraveno podle Kersting, Baldersheim 2004: 6

Posledním typem elektronických voleb s přenosem hlasu na internetové bázi jsou vzdálené internetové volby (*Remote Internet voting*), resp. volby prostřednictvím počítače, který ovšem není pod fyzickou kontrolou volebního úřadu [Kersting, Baldersheim 2004: 6-7; Alvarez, Hall 2004: 4; též Reterová 2008: 64]. V následujícím textu je výraz „internetové volby“ používán ve smyslu *Remote Internet voting*. Tento typ voleb proběhl v září roku 2011 v Norsku.

Úvahy o elektronických volbách a elektronické demokracii se objevily již před několika dekadami [Fuller 1967]. Samotné hlasování pomocí internetu je však záležitostí až posledních let. První hlas pomocí internetu byl odeslán astronautem Davidem Wolfem, který tak učinil z vesmírné stanice Mir v roce 1997 ve volbách v Texasu. Od té doby se internetové volby konaly na území USA v několika státech. Například v Arizoně byl internet v roce 2000 využit v primárních volbách Demokratické strany [Lauer 2004: 180-184; Gibson 2001; Alvarez, Hall 2004: 124-135]. Také ve Velké Británii, Francii, Nizozemí, Itálii, Španělsku či Rakousku bylo internetové hlasování využito v různých typech voleb, včetně voleb nepolitických organizací [srv. Kersting, Baldersheim 2004; Aardal et al. 2006: 26-38; Šindelář 2006: 245-248; Reterová 2008: 70-77]. V současné době dominují oblasti internetových voleb Švýcarsko a Estonsko. V roce 2003 se například v kantonu Ženeva konalo první internetové referendum [bliže Christin, Trechsel 2005]. V Estonsku se konaly internetové volby opakovaně: v letech 2005 a 2009 na lokální úrovni, v roce 2009 při volbách do Evropského parlamentu a v letech 2007 a 2011 v parlamentních volbách [bliže VVK 2011; Sokol 2011].

## Argumenty „kyberoptimistů“ a „kyberskeptiků“

K čemu jsou internetové volby dobré a jaká jsou jejich rizika? V této kapitole uvedeme argumenty zastánců využití moderních informačních technologií (včetně internetových voleb) ve veřejném či politickém prostoru, kteří jsou nazýváni „kyberoptimisté“ (*cyber-optimists*), a následně pak argumenty těch, kteří upozorňují na rizika spojená s těmito technologiemi, tzv. kyberskeptiků (*cyber-skeptics*) [srv. Norris 2001: 11; Ward, Gibson, Lusoli 2003: 652-657].

Odborníci se shodují v tom, že internetové volby zvyšují pohodlnost hlasování. Snižují ekonomické, fyzické i časové bariéry pro dopravu do volební místnosti. Týká se to například občanů se speciálními potřebami a občanů, kteří jsou dlouhodobě či krátkodobě v zahraničí. Internetové volby by také měly být vhodné pro velmi zaměstnané lidi či svobodné

rodiče s dětmi a další voliče, kteří mnohdy z důvodů časové tísně nedorazí do volební místnosti [Alvarez, Hall 2004: 5-6].

Druhým argumentem ve prospěch internetových voleb je ambice zvýšit volební účast obecně a u prvovoličů, kteří mají vysokou míru schopností pracovat s informačními technologiemi, avšak jejich volební participace bývá nízká [srv. Buchstein 2004: 44-45; Alvarez, Hall 2004: 5-6]. Někteří pozorovatelé dokonce věří, že nové informační technologie a procedury (včetně internetových voleb) přispějí k revitalizaci demokracie, vyšší participaci a zapojení maximálního počtu občanů do politického rozhodování. Internetové volby mohou napomoci překonat stávající rozdíly v moci a bohatství ve společnosti. Avšak odborníci přistupují k těmto mnohdy příliš optimistickým hypotézám rezervovaně [k diskusi Servon 2003: 15; Ward, Gibson, Lusoli 2003; Alvarez, Hall 2004: 8; Brundidge, Rice 2010].

Třetím argumentem je rychlost zpracování výsledků voleb za předpokladu vysokého podílu hlasů odevzdaných prostřednictvím internetu. Čtvrtým argumentem je redukce rizika odevzdání neplatného hlasu (např. dva lístky v jedné obálce) či výrazného snížení rizika chybného zpracování volebního lístku volební komisí. Podle dalších argumentů internetové volby dovolují zavést poměrně složité volební systémy a v dlouhodobé perspektivě umožňují výrazně snížit náklady na konání voleb [Buchstein 2004: 44-45; Kersting, Leenes, Svensson 2004: 279].

Pokud jde o rizika, odborníci zdůrazňují tři hlavní problémy. První problém spojený s internetovým hlasováním spočívá v zajištění bezpečnosti hlasování [k diskusi Alvarez, Hall 2004: 76 an; Buchstein 2004: 46 an; Christensen, Karlson, Aardal 2004: 49-60; Kersting, Leenes, Svensson 2004: 285-286; Reterová 2007]. Tato otázka se vyskytuje jako hlavní imperativ projektů internetových voleb ve všech zemích, které hodlají internetové volby uskutečnit nebo je již zavedly. Jde tu zejména o zamezení kyberútoků a znevěrohodnění volebního procesu. Diskuze se také vedou o zachování hlavních principů volebního práva: tajnost, přímost, rovnost a všeobecnost [bliže Reterová 2007: 52-57; viz dále].

Podle druhého argumentu proti internetovým volbám má tradiční způsob odevzdávání hlasovacího lístku ve volební místnosti velký symbolický význam. Občané veřejně demonstrují svůj postoj k principům reprezentativní demokracie. Volby nejsou stejnou záležitostí jako bankovní transakce uskutečněná pomocí internetu. Jsou naopak „svátkem demokracie“ a dávají příležitost k setkávání občanů v dané lokalitě a povzbuzují občanskou angažovanost a jejich participaci na věcech veřejných [Christensen, Karlson, Aardal 2004: 62;

Alvarez, Hall 2004: 9; Buchstein 2004: 55; srv. Kersting, Leenes, Svensson 2004: 284].

Třetí velkou otázkou je tzv. digitální propast (*digital divide*). Jedná se o koncept, který se do obecného povědomí dostal ve druhé polovině 90. let. Za autora pojmu je pokládán Lloyd Morrisette, bývalý předseda vzdělávací nadace *Markle Foundation*, který tento pojem použil v roce 1996 [Brown 2006]. Na samotný problém digitální propasti poukázala o rok dříve studie Národní telekomunikační a informační správy v USA [Brown, Barram, Irving 1995]. Koncept označuje zejména a) rozdíly v přístupu k internetu mezi různými společenskými skupinami a b) rozdíly ve využívání internetu k různým účelům [blíže Norris 2001; Servon 2003: 1-7; Grönlund 2004; Kersting, Leenes, Svensson 2004: 282; Chadwick 2006: kap. 4].

Konkrétně lze rozlišit dva subtypy tohoto fenoménu. První subtyp je označován jako sociální propast (*social divide*), spočívající v rozdílech mezi lidmi, kteří mají přístup k internetu, a těmi, kteří jej nemají [Norris 2001: 9-12]. Tyto rozdíly souvisejí zpravidla se vzděláním, věkem, pohlavím a výší příjmů [Alvarez, Hall 2004: 44-53]. Pro druhý subtyp digitální propasti se používá termín „demokratická propast“ (*democratic divide*) spočívající v rozdílu mezi těmi, kteří využívají disponibilní zdroje (*resources*) informačních technologií (např. internet) k veřejným a politickým aktivitám, a těmi, kteří je nevyužívají, ačkoli těmito zdroji disponují [Norris 2001: 4; Grönlund 2004: 22 a 30-32].

Na rozdíl od kyberoptimistů kyberskeptici upozorňují, že by tento způsob voleb mohl zvýhodnit ty voličské skupiny, které mají snadný a pohodlný přístup k internetu na úkor těch, kteří takovou možnost nemají. Odborníci se shodují v tom, že digitální propast spíše odráží stávající sociální rozdíly. Diskuse se také vedou o tom, zda internet přispěje k aktivaci pasivních občanů anebo zda představuje jen další nástroj pro politickou participaci již aktivních občanů [k diskusi Norris 2001; Norris 2003; Ward, Gibson, Lusoli 2003; Kersting, Baldersheim 2004; Brundidge, Rice 2010; Bochsler 2010].

V následující kapitole se budeme věnovat poslednímu argumentu – digitální propasti. Tento koncept bude aplikován na norský případ. Otázkou bezpečnosti internetového hlasování ponecháme stranou s tím, že ji dokáží lépe uchopit IT specialisté. Druhý výše uvedený argument lze považovat prozatím za méně důležitý, protože ve většině zemí, kde se konají internetové volby, si mohou občané zvolit, zda odevzdají hlas „klasickým“ způsobem nebo prostřednictvím internetu. Navíc jej lze jen obtížně empiricky prověřovat.

Závěrem této kapitoly lze shrnout, že úspěšné internetové hlasování v Estonsku, Švýcarsku či Norsku napomáhá k rozptýlení obav kyberpesimistů. Technologický vývoj umožňuje stanovit relativně vysoce zabezpečené systémy internetového hlasování a zvládnuté internetové volby ve výše uvedených zemích potvrzují, že internetové volby jsou proveditelné a pravděpodobně před sebou mají slibnou budoucnost. Na druhé straně se alespoň prozatím nepotvrzují naděje kyberoptimistů na revitalizaci demokracie (v podobě vyšší volební účasti) pomocí internetových voleb.

## Problémy „digitální propasti“ v Norsku

V této kapitole se podíváme na výše uvedené argumenty týkající se digitální propasti optikou norské praxe. Primárním předpokladem internetových voleb je vedle technického vybavení a využívání internetu ve veřejné správě [srv. Christensen, Aars 2002] zejména rozšíření internetu mezi voliče a také jejich schopnost internet využívat. V tomto ohledu má Norsko přinejmenším v Evropě takřka ideální předpoklady [srv. Karlsen 2008: 29].

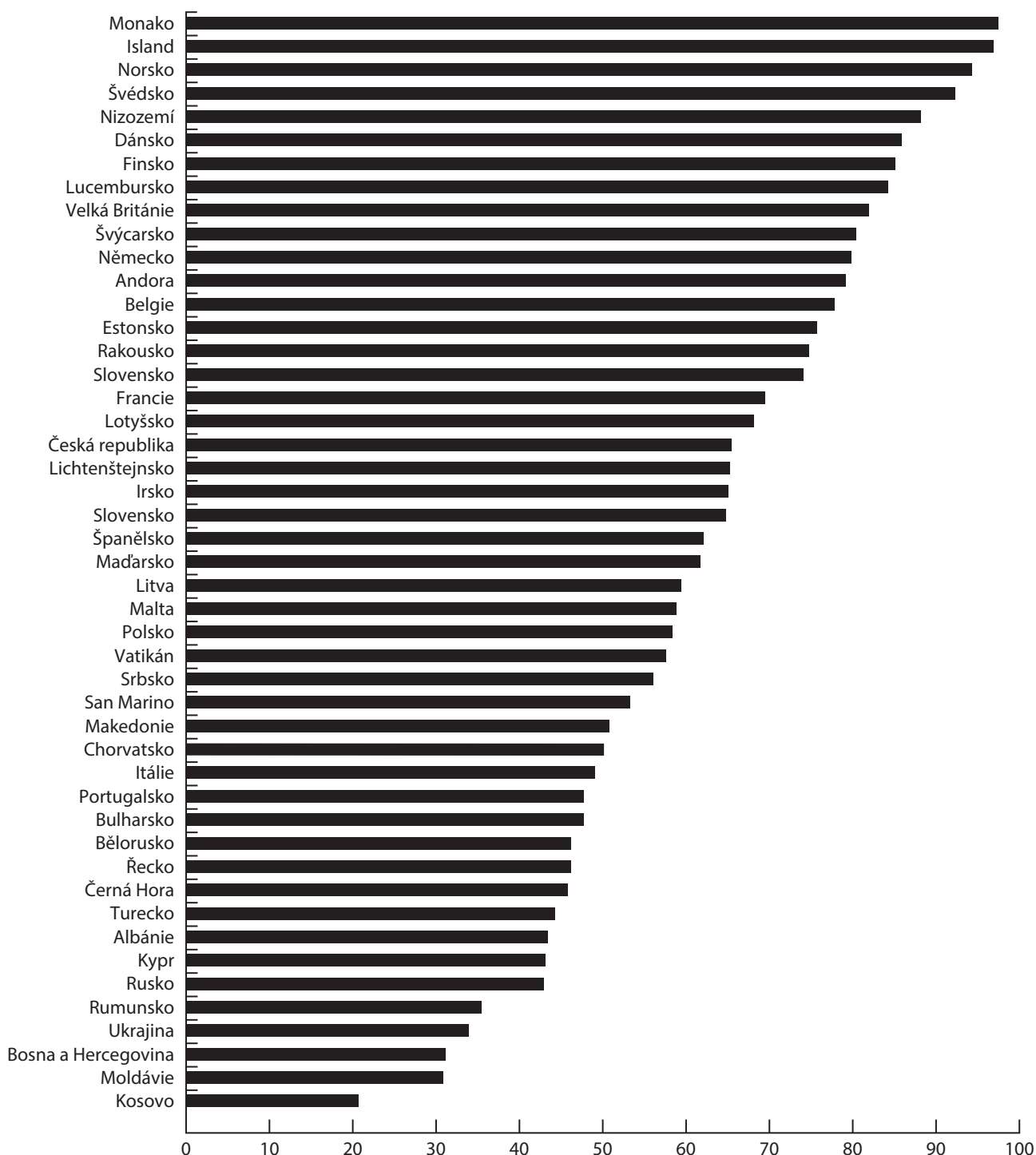
Drtivá většina jeho populace (94,4 %) má přístup k internetu. V Evropě jej v tomto ohledu překonává pouze Monako a Island (viz graf 1).

Podle norských dat z roku 2010 používá pravidelně internet 77 % Norů [Norsk mediebarometer 2010]. Podíváme-li se však na norskou společnost poněkud podrobněji, lze v ní navzdory obecně vysokému podílu lidí s internetovým připojením (tzv. internetová penetrace) sledovat zřetelné rozdíly mezi různými sociálními skupinami v otázce připojení k internetu a zvláště v otázce jeho využití.

Data z Norska v zásadě potvrzují existenci obou subtypů sociální propasti. Podívejme se nejdříve na sociální propast. Podle norských šetření lze pozorovat rozdíly v závislosti na pohlaví, věku, vzdělání, příjmu a místě bydliště. V roce 2010 byl podíl pravidelných uživatelů internetu u mužů 81 %, u žen 73 %. Pokud jde o věk, nejvyšší podíl uživatelů internetu je ve věkové skupině 16-24 let (93 %), ve věkové skupině 25 - 44 let je to 89 %, ale ve věkové skupině 67-79 let to je jen 44 %. Mezi lidmi s vysokoškolským vzděláním je podíl uživatelů internetu 87 %, zatímco mezi lidmi se základním vzděláním je to pouze 58 %. Podíl uživatelů internetu ve skupině lidí se středně vysokými a vysokými příjmy přesahuje 80 %, avšak u lidí s nejnižšími příjmy je tento podíl jen 68 %. Ve velkých městech lze nalézt vyšší podíl internetových uživatelů (81 %) než na venkově (74 %) [srv. Norsk mediebarometer 2010: 59-61; Grönlund 2004: 25-30 Karlsen 2008: 34].

Podívejme se nyní na demokratickou propast. Navzdory již výše uvedenému vysoké míře internetové penetrace v Norsku, lze v této zemi pozorovat značné rozdíly v tom, k jakému účelu lidé internet používají [srv. Norsk mediebarometer 2010: 60]. Zvláště se vzděláním roste podíl těch, kteří využívají internet ke sledování kampaně a vyhledávání informací souvisejících s politikou atp. Také socioekonomický status, resp. výše příjmu, má vliv na způsob využívání internetu [blíže Karlsen 2008: 34]. Zaměříme-li se na lokální úroveň, lze využít průzkumu veřejného mínění z roku 2003, který se zabýval mírou využívání internetu ke sledování veřejného života na lokální úrovni a komunikaci občanů s úřady pomocí internetu [Saglie, Vabo 2005]. Výzkumy na lokální úrovni v roce 2003 ukázaly, že ačkoli 80 % respondentů mělo přístup k internetu, jen 12 % z nich využilo internet k vyhledávání informací na internetových stránkách obce alespoň jednou měsíčně. Zbytek lidí vůbec internet k participaci na veřejných záležitostech na lokální úrovni nevyužil. Mezi nejčastějšími uživateli internetu pro komunikaci s obcí byli muži s univerzitním vzděláním ve věkové skupině od 25 do 44 let [Saglie, Vabo 2005: 6]. Saglie a Vabo také doložili pozitivní korelaci mezi internetovou participací a jinými formami politické participace. Jinými slovy, možnost participovat na veřejných či politických aktivitách pomocí internetu byla patrná zvláště mezi těmi, kteří se

Graf 1: Podíl obyvatelstva s přístupem k internetu v evropských zemích v % (údaje z let 2010 a 2011)



Zdroj: Internet World Stats 2011

politicky angažují i pomocí jiných forem komunikace. Internet tedy spíše aktivizuje již aktivní, než aby vedl ke zvýšení politické participace doposud politicky neaktivních. Pouze pro faktor věku byla díky internetu naznačena mírná tendence ke zvýšení participace mladších lidí, kteří jsou tradičně méně politicky aktivní [Saglie, Vabo 2005: 8-16; srv. Norris 2003; Bochsler 2010; Brundidge, Rice 2010: 146-147].

Lze shrnout, že navzdory empiricky podložené existenci sociální propasti, je možné za závažnější považovat demokratickou propast. V řadě dílčích ohledů je sociální propast relativně malá (např. město vs. venkov či muži vs. ženy), v jiných případech (věk) je sociální propast přirozená a relativně velká, avšak v budoucnu lze očekávat její zmenšení. Z dostupných dat nelze doložit to, že by vyšší míra přístupu k internetu vedla k větší politické participaci.

## Cesta k internetovým volbám a pilotní projekty

Ještě před tím, než se v Norsku konaly v roce 2011 první internetové volby, byl proveden pokus s elektronickým hlasováním ve volebních místnostech (tj. *Intranet poll site voting*), a to ve čtyřech obcích (Oppdal, Bykle, Larvik a Longyearbyen) při komunálních volbách v roce 2003 [bližší Christensen, Karlsen, Aardal 2004]. Voliči tehdy měli možnost hlasovat místo tradičního způsobu prostřednictvím hlasovacích terminálů umístěných ve volebních místnostech, tzv. „volbomatů“ (*valgomater*). Tyto volbomaty fungovaly na bázi dotykových terminálů analogicky jako bankomaty. Voliči se zaregistrovali pomocí tzv. chytrých identifikačních karet a pak mohli vybírat z nabízených stranických listin a jejich kandidátů. V obci Longyearbyen hlasovalo 91 % voličů pomocí volbomatů, v Bykle to bylo 53 %, v obci Oppdal 34 % a v obci Larvik (resp. jednom jeho volebním okrsku Østre Halsen) to bylo 18 % voličů. Celkově byl tento projekt elektronického hlasování hodnocen jako úspěšný. Drtivá většina lidí, která využila volbomat, hodnotila tuto zkušenost pozitivně [bližší Christensen, Karlsen, Aardal 2004: 48; k tématu též Aardal et al. 2006: 28].

V souvislosti s tímto projektem byl v téže roce uskutečněn výzkum veřejného mínění, jehož výsledky nepřímo potvrdily existující digitální propasti v Norsku. Výzkum mimo jiné poukázal na to, že se zhruba 60 % respondentů stavělo pozitivně k možnosti hlasovat prostřednictvím internetu. Výzkum potvrdil rozdíly v tomto postoji v závislosti na věku, vzdělání a příjmu. Pokud jde o věk, mezi lidmi mladšími 44 let byl pozitivní postoj k internetovým volbám patrný mezi 80 % respondentů, zatímco mezi lidmi ve věku 44-66 let byl tento podíl pouze 56 %. U lidí starších 66 let bylo pouze 18 % respondentů pozitivně nakloněno hlasování prostřednictvím internetu. Celkem 30 % respondentů se základním vzděláním se pozitivně stavělo k internetovým volbám, zatímco tento podíl dosáhl 74 % mezi respondenty s vysokoškolským vzděláním. Také respondenti s vyššími příjmy se většinou (75 %) pozitivně stavěli k možnosti hlasovat přes internet [Aardal 2006: 28-29].

Ještě v roce 2004 byly závěry odborníků, kteří zpracovali studii týkající se uskutečněných elektronických voleb z roku 2003, skeptické vůči možnosti zavedení internetových voleb v Norsku, a to kvůli obavám z nedostatečného zajištění bezpečnosti tohoto typu hlasování [Christensen, Karlsen, Aardal 2004: 64]. Ale s rychlým postupem vývoje informačních technologií, vzrůstající propracovaností celé řady elektronických hlasovacích systémů a s prvními zkušenostmi s internetovými volbami v některých zemích byla již v roce 2006 pod hlavičkou Ministerstva pro místní a regionální záležitosti zpracována analýza, která se stala základem pro vypracování projektu internetového hlasování [Aardal et al. 2006].

Norský parlament (*storting*) dal při projednávání státního rozpočtu na rok 2008 souhlas s provedením pilotního projektu internetového hlasování v několika norských obcích [KRD 2009: 3]. Jako hlavní cíle projektu byly stanoveny:

- obecné usnadnění přístupnosti k volbám
- zvýšení volební účasti některých skupin obyvatelstva, které se potýkají se zhoršenou přístupností k volbám (lidé se speciálními potřebami, občané Norska žijící v zahraničí)
- rychlejší a přesnější zpracování voličských hlasů
- snížení nákladů na volby v dlouhodobém horizontu

- usnadnění prosazení prvků přímé demokracie za minimálních nákladů (např. referenda) [KRD 2009: 5]. Projekt navíc vyšel z předpokladu, že mladší generace od státu očekávají zavádění nových technologií, včetně možnosti internetového hlasování [KRD 2009: 5; srv. Aardal 2006: 11-16; KRD 2011a: 1].

Ještě před samotnými internetovými volbami se v roce 2011 uskutečnilo v deseti obcích testovací hlasování pomocí internetu. Hlasování se využilo například v místních referendech, otázkách dopravy či při volbách do místních fór mladých (*ungdomsråd*) [bližší KRD 2011b; Berntsen 2011].

## Hlavní parametry internetových voleb

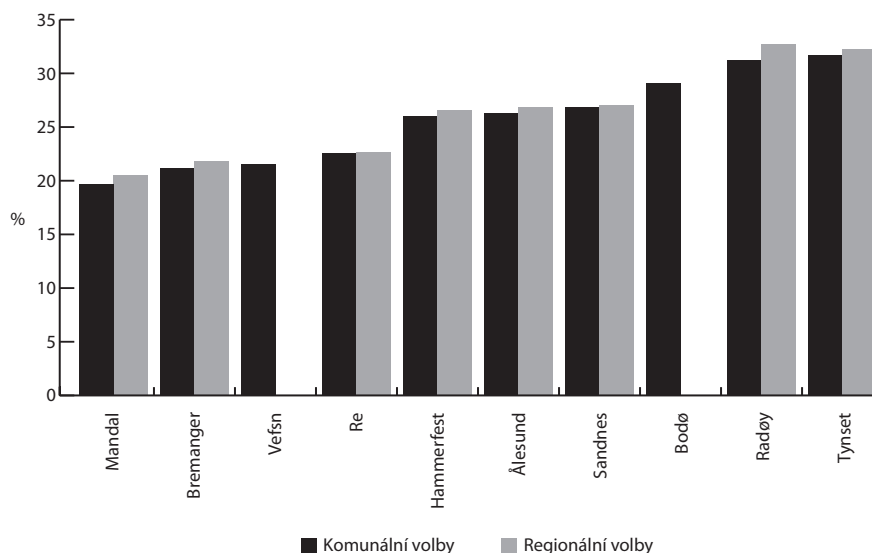
Volby v Norsku upravuje zákon o volbách z roku 2002, který v čl. 15 umožňuje, aby se mohly uskutečnit pilotní projekty, které ověří konání voleb jinými způsoby. Zákon svěřil kompetenci upravovat detaily těchto projektů do rukou Ministerstva pro místní a regionální záležitosti [Act No. 57 2002]. Toto ministerstvo v souladu s čl. 15 zákona vydalo k internetovým volbám vyhlášku z 31. března 2011. Podle § 5 této vyhlášky je internetové hlasování doplňkem tradiční formy hlasování [FOR 2011: § 5]. Paragraf 5 dále stanovuje další podmínky. Internetové hlasování je možné pouze v „předtermínu“<sup>2</sup>. Voliči, kteří hlasují pomocí internetu, mohou opakovaně měnit svou volbu v daném časovém rozmezí tak, aby mohli účinně čelit případnému nátlaku jiných osob. Vždy se počítá pouze jeden hlas, který je odevzdán jako poslední [srv. Aardal et al. 2006: 12; 128; Gjøsteen 2010: 2]. Volič může své rozhodnutí změnit i hlasováním pomocí papírového hlasovacího lístku ve volební místnosti. Tím ruší svá předchozí hlasování pomocí internetu [FOR 2011: § 17; srv. KRD 2011a: 1-2].

Volby se uskutečnily v deseti (z celkového počtu 430) obcích<sup>3</sup>, ve kterých voliči dostali právo hlasovat o složení místních a regionálních zastupitelstev. V těchto obcích žije zhruba 160 000 registrovaných voličů. Tyto obce byly vybrány s ohledem na rozmanitost a reprezentativnost vzorku, při jehož výběru hrály roli faktory jako velikost obce, struktura obyvatelstva, geografie, infrastruktura apod. [KRD 2010; KRD 2011a].

Z hlediska technického vybavení stačilo voličům k internetovému hlasování splnit tři podmínky: počítač připojený k internetu, mobilní telefon a elektronický identifikační dokument - MinID (tj. „můj identifikační dokument“). MinID slouží občanům k přístupu k on-line službám veřejné správy, např. k podání daňového přiznání [MinID nedat.; KRD 2011b].

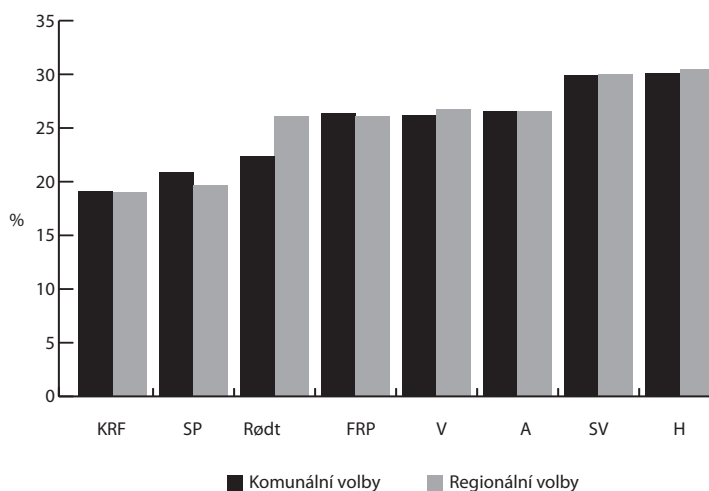
Ještě před začátkem voleb dostali voliči zvláštní volební seznamy (*valgkort*) s unikátními kódy pro jednotlivé politické strany. Následně již voliči hlasovali prakticky stejným způsobem jako při tradičním hlasování. Po odevzdání hlasu obdrželi voliči informaci zaslanou ve formě SMS na svůj mobilní telefon<sup>4</sup> s kódem pro stranu, pro kterou hlasovali. SMS slouží k ověření toho, že jejich hlasy byly odevzdány správné straně. Po odhlasování byly elektronické hlasovací lístky zakódovány pomocí unikátních kódů, které lze rozšifrovat pouze speciálními kódovacími klíči. Ty byly vygenerovány až po ukončení voleb a spočítání všech hlasů. Aby byla vyloučena jakákoli manipulace s hlasy, byly hlasy dále zapečetěny ve speciální obálce. Elektronická pečeť na této obálce dokládá, že hlas

Graf 2: Podíl e-hlasů v jednotlivých obcích (%)



**Poznámka:** V grafu je uveden podíl e-hlasů na celkovém počtu voličů, kteří se účastnili voleb. Počet e-hlasů pro volby do regionálních zastupitelstev v obcích Vefsn a Bodø nebylo možné z dostupných dat zjistit. K dispozici je pouze souhrnný počet e-hlasů pro obě obce, které spadají do stejného regionu Nordland.  
**Zdroj:** vlastní zpracování na základě dat Ministerstva pro místní a regionální záležitosti [KRD 2011e].

Graf 3: Podíl e-hlasů na celkovém počtu hlasů pro jednotlivé politické strany (%)



**Legenda:** KRF – Křesťanská lidová strana (*Kristelig Folkeparti*), SP – Strana středu (*Senterpartiet*), Rødt – Rudá strana (*Rødt*), FRP – Strana pokroku (*Fremskrittspartiet*), V – liberálové (*Venstre*), A – Strana práce (*Arbeiderpartiet*), SV – Socialistická levicová strana (*Sosialistisk Venstrepartii*), H – Konzervativní strana (*Høyre*).  
**Zdroj:** vlastní zpracování na základě dat Ministerstva pro místní a regionální záležitosti [KRD 2011e].

Tabulka 2: Volební účast (v %) v deseti obcích s možností internetového hlasování: srovnání s celostátním průměrem, předchozími volbami a elektronickými volbami v roce 2003

	Obecní volby				Regionální volby	
	2011	2007	2003	1999	2011	2007
Deset obcí	63,3	61,1	58,8	60,4	56,9	56,6
Norsko	64,5	61,7	59,0	60,4	59,9	57,5

**Poznámka:** Tabulka uvádí ve druhém řádku („deset obcí“) průměrnou volební účast v obcích, které si vyzkoušely elektronické hlasování v roce 2003 (*Intranet poll-site voting*) a v roce 2011 (*Remote Internet voting*). Údaje z let 1999 a 2007 jsou uvedeny jako referenční údaje pro srovnání. Třetí řádek uvádí celkové údaje o celostátní volební účasti.

**Zdroj:** Statistisk Sentralbyrå 2011, údaje pro elektronické hlasování v roce 2003 převzaty z Christensen, Karlsen, Aardal 2004: 62; údaje pro internetové volby v roce 2011 převzaty z KRD 2011e.

byl odevzdán konkrétním voličem. Po skončení voleb byly všechny elektronické hlasy překopírovány z volební databáze do fyzické podoby, resp. na datový nosič (např. CD). Následně byla tato data přenesena do zvláštních počítačů, které nebyly připojeny k internetu. V nich pak proběhlo sčítání hlasů. Prvním krokem byla anonymizace hlasů. Počítač odstranil vnější zapečetěnou obálku tak, aby již nebylo možné zpětně vystopovat konkrétního voliče. Jakmile došlo k anonymizaci, byl vygenerován speciální klíč k rozkódování elektronického hlasu. Po sečtení hlasů byly kódovací klíče a další identifikační nástroje zničeny tak, aby nikdo v budoucnu nemohl zjistit, jak voliči hlasovali [KRD 2011c; srv. KRD 2011a: 1-2].

## Výsledky internetových voleb

V této kapitole se zaměříme na výsledky v desítkce obcí, kde měli voliči možnost hlasovat pomocí internetu [pro celkové výsledky komunálních voleb viz KRD 2011d].

V současné době stále ještě probíhá analýza a vyhodnocování internetových voleb z roku 2011. V budoucnu budou zveřejněna některá další data týkající se voleb z roku 2011, které umožní výsledky voleb hlouběji interpretovat. V následující kapitole se proto omezíme jen na převážně deskriptivní přístup. Předmětem pozornosti je šest proměnných: volební účast, podíl e-hlasů, srovnání hypotetických výsledků voleb podle e-hlasů a podle „klasických“ hlasů, podíl e-hlasů v jednotlivých obcích, podíl e-hlasů pro jednotlivé politické strany a podíl e-hlasů v závislosti na věku.

Podíváme-li se na údaje o volební účasti (viz tabulku 2), zjistíme, že se volební účast v deseti obcích (63,3 %) zvýšila v průměru o 2,2 procentní body oproti předchozím volbám v roce 2007 (61,1 %). Pouze v obci Radøy volební účast mírně poklesla. Celkové mírné zvýšení volební účasti v deseti vybraných obcích nelze zřejmě vysvětlit zavedením možnosti hlasovat pomocí internetu. Volební účast na celostátní úrovni dosáhla v roce 2011 hodnoty 64,5 %. Je to tedy více než průměr v deseti obcích. Navíc se celostátní průměr oproti předchozím volbám zvýšil více (o 2,8 procentního bodu) než v případě deseti obcí (2,2 procentního bodu) [blíže KRD 2011e]. Analogické jsou výsledky i pro regionální volby.

Pro doplnění můžeme ještě poukázat na elektronické volby (*Intranet poll-site voting*) z roku 2003. Ve třech ze čtyř obcí se v roce 2003 mírně (max. o tři procentní body) zvedla volební účast oproti volbám v roce 1999, zatímco ve čtvrté obci Longyearbyen volební účast klesla o více než deset procentních bodů. Blíže analýzy ukázaly, že fluktuace volební účasti nesouvisela s novým způsobem hlasování, ale s konkrétními politickými událostmi a kandidujícími stranami [Christensen, Karlsen, Aardal 2004: 62; k tématu volební účasti na lokální úrovni Aardal et al. 2002].

Podívejme se na druhou proměnnou: podíl voličů, kteří odevzdali hlas přes internet. Internetové hlasování využilo přibližně 27 % lidí, kteří se zúčastnili komunálních voleb. Pokud bychom do výpočtu zahrnuli všechny oprávněné voliče, dosáhla by tato hodnota přibližně 17 %. Z dostupných dat lze zjistit, že podíl e-hlasů se nijak zásadně nelišil ve srovnání s volbami do komunálních a regionálních zastupitelstev (viz graf č. 2).

Podívejme se nyní na to, jak se lišil podíl e-hlasů na celkovém počtu hlasů pro jednotlivé politické strany (viz graf 3). S výjimkou Rudé strany (*Rødt*) nebyly zaznamenány

významnější rozdíly v podílu e-hlasů v komunálních volbách a volbách do regionálních zastupitelstev. Podíl e-hlasů kolísá mezi 19 % u Křesťanské lidové strany (KRF) a 31 % hlasů u Konzervativní strany (H).

Z grafu 3 je zřejmé, že nadprůměrný podíl e-hlasů zaznamenala též Socialistická levicová strana (SV). Naopak podprůměrný podíl e-hlasů je patrný vedle Křesťanské lidové strany i u Strany středu (SP) a Rudé strany. Podíl e-hlasů pro Stranu pokroku (FRP), liberály (V) a Stranu práce (A) se pohybuje blízko průměru.

Obraz výsledků voleb z hlediska politických stran můžeme doplnit i o srovnání hypotetických výsledků podle a) hlasů odevzdaných pro jednotlivé politické strany prostřednictvím internetu a b) hlasů odevzdaných pro jednotlivé politické strany prostřednictvím klasického způsobu, tj. pomocí papírového hlasovacího lístku. Graf 4 uvádí souhrnné výsledky v deseti obcích, kde měli voliči možnost hlasovat pomocí internetu.

Z grafu 4 vyplývá, že možnost internetového hlasování je výhodná zvláště pro Konzervativní stranu a Socialistickou levicovou stranu, které by si ve srovnání s podílem hlasů, které získaly na základě klasických hlasů, polepšily. U dalších stran (A, V, FrP) je efekt internetových voleb neutrální, zatímco Křesťanská lidová strana, Strana středu a Rudá strana ve srovnání podílu e-hlasů oproti ostatním stranám ztrácejí. Výsledky voleb podle e-hlasů a podle klasických hlasů by v deseti obcích změnilo procentuální odstup mezi jednotlivými stranami, ale již by se nezměnilo jejich pořadí. Výjimkou je pouze to, že by se Strana středu za předpokladu započítání pouze e-hlasů posunula na čtvrté místo před Křesťanskou lidovou stranou.

Poslední zkoumanou veličinou je podíl e-hlasů v závislosti na věku. Tuto proměnnou znázorňuje graf 5. Asi nejzajímavějším zjištěním je, že mezi nejmladšími voliči ve věku 18-30 let je relativně nízký podíl těch, kteří hlasovali pomocí internetu – 18,1 %. Nepřímo se tak potvrdily předchozí výzkumy a odhady v otázce tzv. demokratické propasti: u mladých lidí byla sice prokázána vyšší míra používání internetu a dalších moderních informačních technologií, avšak v otázce využití internetu k politické participaci nebylo možné vyšší aktivitu mladších lidí prokázat [srv. Karlsen 2008: 34]. Naopak internetové volby dokonce doložily nižší podíl e-hlasů mezi nejmladšími voliči ve srovnání s většinou starších voličů. Největší podíl e-hlasů lze na druhé straně vysledovat mezi lidmi ve středním věku, tj. ve věku od 30 do 60 let. Až teprve u voličů starších přibližně 60 let lze se vzrůstajícím věkem pozorovat snižující se podíl e-hlasů.

## Závěry

V Norsku existuje velmi vysoká míra internetové penetrace, na druhé straně jsou ale patrné velké rozdíly ve využívání internetu zejména s ohledem na věk, příjem, pohlaví a vzdělání. Tyto faktory ovlivňují i výši politické participace. Jinak řečeno stávající, tradiční sociodemografické rozdíly se přenášejí i do oblasti přístupu k internetu a jeho využívání k různým formám politické participace. Výjimkou je v tomto ohledu faktor věku: mladí lidé mají sice ve srovnání se zbytkem společnosti lepší přístup k internetu, který také častěji využívají k různým účelům, nikoli však nutně k politické participaci. Naopak, vyšší míra politické participace prostřednictvím internetu je patrná u těch skupin obyvatel, které participují v politice

i prostřednictvím jiných nástrojů. Lze uzavřít, že v rozporu s předpoklady kyberoptimistů internet obecně spíše petrifikuje stávající společenské rozdíly vyplývající ze sociodemografických charakteristik lidí.

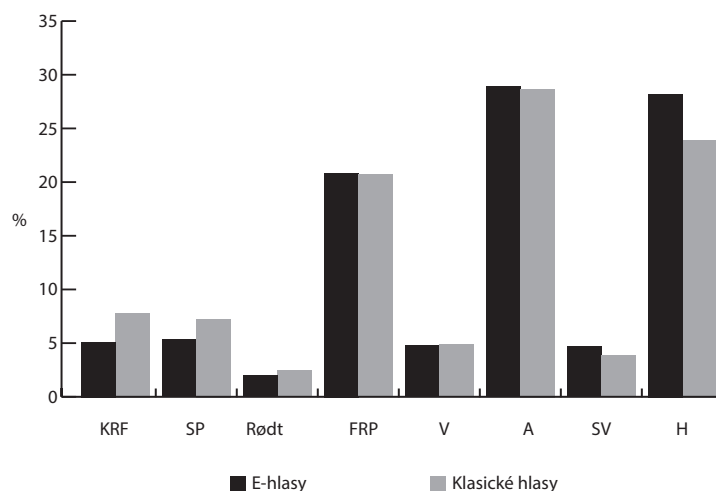
Internetové volby se v Norsku uskutečnily v omezeném rozsahu na komunální úrovni v roce 2011 po několikaleté přípravě, která spočívala jak v odborných analýzách, tak i v realizaci pilotních projektů, a to nejdříve v roce 2003 formou elektronických hlasovacích terminálů ve čtveřici obcí a pak v roce 2011 formou internetového hlasování v deseti vybraných obcích v méně důležitých otázkách. Tyto projekty se ukázaly v zásadě jako dobře připravené a i voliči se podle výzkumů vyjadřovali kladně ve vztahu k těmto volebním novinkám. Projekt internetových voleb prozatím vyvrcholil v září v roce 2011, kdy měli voliči deseti obcí poprvé možnost hlasovat pomocí internetu.

Tuto možnost využilo zhruba 27 % z těch, kteří se voleb zúčastnili. Ačkoli se volební účast v devíti z deseti obcí oproti minulým volbám zvýšila, s největší pravděpodobností

nelze tuto skutečnost připisovat efektu internetových voleb. V celostátním měřítku se volební účast zvýšila ještě více než v obcích, kde měli voliči možnost hlasovat pomocí internetu. Výsledky voleb ukazují na rozdíly ve využívání e-hlasů v různých obcích, mezi různými věkovými skupinami a mezi voliči jednotlivých politických stran.

Pokud se pilotní projekt z roku 2011 ukáže z hlediska bezpečnosti a tajnosti hlasování jako úspěšný a jestliže parlament schválí potřebné finanční prostředky, všichni občané Norska dostanou možnost hlasovat pomocí internetu v parlamentních volbách v roce 2017. Mezitím se počítá s internetovým hlasováním i v parlamentních volbách pro rok 2013 pro některé skupiny obyvatel a také v komunálních volbách v roce 2015 v některých obcích [KRD 2009: 4; KRD 2011f: 4]. Řada otázek zatím zůstává otevřená. Důležitou otázkou je například interpretace různého podílu e-hlasů v jednotlivých obcích či vysvětlení rozdílů v podílech e-hlasů pro jednotlivé politické strany. Také v otázce digitální propasti se otevírá velký prostor pro další výzkum.

Graf 4: Srovnání celkových výsledků voleb v deseti obcích podle e-hlasů a podle klasických hlasů (%)

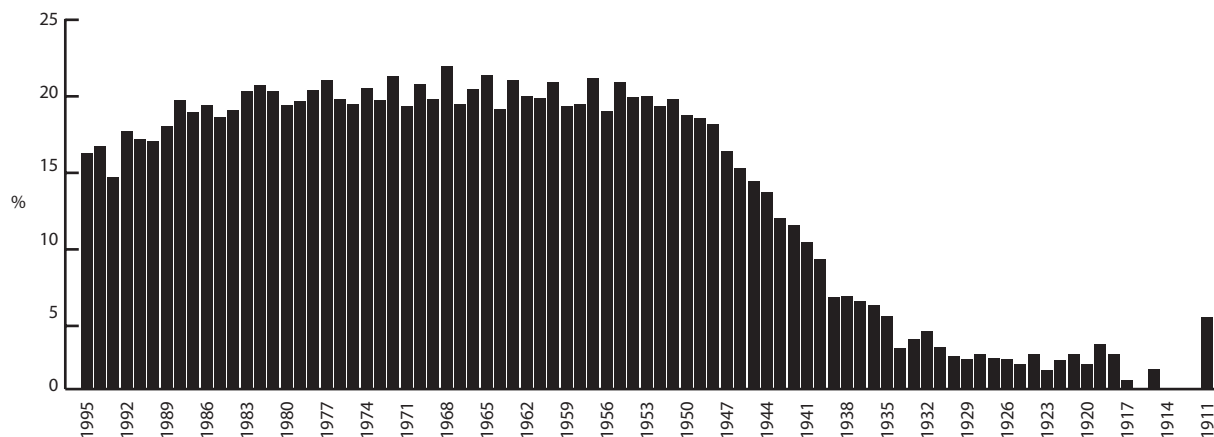


**Legenda:** KRF – Křesťanská lidová strana (*Kristelig Folkeparti*), SP – Strana středu (*Senterpartiet*), Rødt – Rudá strana (*Rødt*), FRP – Strana pokroku (*Fremskrittspartiet*), V – liberálové (*Venstre*), A – Strana práce (*Arbeiderpartiet*), SV – Socialistická levicová strana (*Sosialistisk Venstrepartii*), H – Konzervativní strana (*Høyre*).

**Poznámka:** Graf uvádí procentuální zisky jednotlivých politických stran souhrnně za deset obcí, kde se uskutečnily internetové volby. První sloupec uvádí vždy e-hlasy, tj. hlasy odevzdané prostřednictvím internetu. Druhý sloupec uvádí klasické hlasy, tj. hlasy odevzdané prostřednictvím papírového lístku.

**Zdroj:** vlastní zpracování na základě dat Ministerstva pro místní a regionální záležitosti [KRD 2011e].

Graf 5: Podíl voličů, kteří hlasovali pomocí internetu podle roku narození (%)



**Poznámka:** V grafu je uveden podíl e-hlasů pro jednotlivé věkové skupiny na celkovém počtu oprávněných voličů.

**Zdroj:** vlastní zpracování na základě dat Ministerstva pro místní a regionální záležitosti [KRD 2011e].



- Aardal, Bernt et al. 2002. *Valgdeltakelse og lokaldemokrati*. Oslo: Kommuneforlaget.
- Aardal, Bernt et al. 2006. *Elektronisk stemmegivning – utfordringer og muligheter*. Oslo: Kommunal- og regionaldepartementet.
- Act No. 57. 2002. „Act No. 57 of 28 June 2002 Relating to Parliamentary and Local Government Elections“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 6. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/en/dep/krd/prosjekter/e-vote-2011-project/technical-documents/legal-framework.html?id=604656>>.
- Alvarez, R. Michael, Thad E. Hall. 2004. *Point, Click, and Vote: The Future of Internet Voting*. Washington: Brookings Institution Press.
- Berntsen, Wenche. 2011. „Grafikk E-valg: Evaluering av prepiloter høsten 2010 og våren 2011. Utarbeidet for Kommunal- og regionaldepartementet. Synovate Norge“. *Synovate* [online] [cit. 6. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/prosjekter/e-valg-2011-prosjektet/evaluering/evaluering-av-testvalg-host10var11.html?id=653612>>.
- Bochsler, Daniel. 2010. *Can Internet Voting Increase Political Participation? Remote Electronic Voting and Turnout in the Estonian 2007 Parliamentary Elections*. Paper prepared for presentation at the conference, 'Internet and Voting', Fiesole, 3. - 4. 6. 2010.
- Brown, Janine. 2006. *African Americans and the Digital Divide. The Shift to Digital Indifference*. [online]. [cit. 6. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://voices.yahoo.com/african-americans-digital-divide-140053.html>>.
- Brown, Ronald H., David Barram, Larry Irving. 1995. „Falling Through the Net: A Survey of the Have-nots in Rural and Urban America“. *The National Telecommunications and Information Administration* [online] [cit. 6. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ntia.doc.gov/ntiahome/fallingthru.html>>.
- Brundidge, Jennifer, Ronald E. Rice. 2010. „Political Engagement Online. Do the Information Rich Get Richer and the Like-Minded More Similar?“. Pp. 144-156 in Andrew Chadwick, Philip N. Howard (eds.). *The Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge.
- Buchstein, Hubertus. 2003. „Online Democracy. Is it Viable? Is it Desirable? Internet Voting and Normative Democratic Theory“. Pp. 39-58 in Norbert Kersting, Harald Baldersheim. 2004. *Electronic Voting and Democracy. A Comparative Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- van Dijk, Jan A.G.M. 2010. „One Europe, Digitally Divided“. Pp. 288-304 in Andrew Chadwick, Philip N. Howard (eds.). *The Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge.
- FOR. 2011. *FOR 2011-03-31 no. 355: Regulations Relating to Trial Electronic Voting During Advance Voting, Use of Electoral Roll at Polling Stations and Use of New Ballot Papers at the 2011 Municipal and County Council Elections in the Selected Municipalities*. [online] [cit. 9. 10. 2011]. Dostupné z: <[www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/Regelverk/E-valgsforskriften\\_endelig\\_versj\\_230611\\_engelsk.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/Regelverk/E-valgsforskriften_endelig_versj_230611_engelsk.pdf)>.
- Fuller, Buckminster. R. 1967. *No More Secondhand God*. Carbondale: Southern Illinois University Press.
- Gjøsteen, Kristian. 2010. *Analysis of an Internet Voting Protocol*. [online] [cit. 10. 10. 2011]. Dostupné z: <[www.regjeringen.no/pages/2479822/core.pdf](http://www.regjeringen.no/pages/2479822/core.pdf)>.
- Grönlund, Kimmo. 2004. „Cyber Citizens: Mapping Internet Access and Digital Divides in Western Europe“. Pp. 20-38 in Norbert Kersting, Harald Baldersheim (eds.). *Electronic Voting and Democracy. A Comparative Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Chadwick, Andrew. 2006. *Internet Politics. States, Citizens, and New Communication Technologies*. Oxford: Oxford University Press.
- Chadwick, Andrew, Philip N. Howard (eds.). 2010. *The Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge.
- Christensen, D. Arne, Jacob Aars. 2002. *Teknologi og demokrati. Med norske kommuner på nett!* Bergen: Stein Rokkan senter for flerfaglige samfunnsstudier Universitetsforskning i Bergen.
- Christensen, D. Arne; Rune Karlsen, Bernt Aardal. 2004. *På vei til e-demokratiet? Forsøkene med elektronisk stemmegivning ved kommune- og fylkestingsvalget i 2003*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Christin, Thomas, Alexander Trechsel. 2005. „Analysis of the 26th September 2004 Ballot as Held in Four Geneva Municipalities (Anières, Carouge, Cologny and Meyrin)“. Geneva: Geneva University, E-Democracy Center.
- Internet World Stats. 2011. *Internet Usage in Europe*. [online] [cit. 4. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe>>.
- Karlsen, Rune. 2009. „Online and Undecided: Voters and the Internet in the Contemporary Norwegian Election Campaign“. *Scandinavian Political Studies* 33 (1): 28-50.
- Kersting, Norbert, Ronald Leenes, Jörgen Svensson. 2004. „Conclusions: Adopting Electronic Voting: Context Matters“. Pp. 276-305 in Norbert Kersting, Harald Baldersheim (eds.). *Electronic Voting and Democracy. A Comparative Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Kersting, Norbert, Harald Baldersheim (eds.). 2004. *Electronic Voting and Democracy. A Comparative Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- KRD. 2009. „Project Directive for E-Valg 2011“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 10. 1. 2012]. Dostupné z: <[www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/KOMM/Evalg/Prosjektdirektiv\\_evalg2011\\_v101.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Vedlegg/KOMM/Evalg/Prosjektdirektiv_evalg2011_v101.pdf)>.
- KRD. 2010. „11 Municipalities to Try Out E-Voting in 2011. Press release“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 3. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/en/dep/krd/pressesenter/pressemeldinger/2010/11-kommunar-far-prove-e-val-i-2011.html?id=591610>>.

- KRD. 2011a. „Research and Evaluation of the E-Vote 2011-Project. Part 3: Annex 1. Specification of Requirements. Case no. 11/205“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 3. 1. 2012]. Dostupné z: <[http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/e-valg/Evaluering/Specification\\_of\\_Requirements.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/e-valg/Evaluering/Specification_of_Requirements.pdf)>.
- KRD. 2011b. „Oversikt over testvalgene høst 10/ vår 11“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 8. 12. 2011]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/prosjekter/e-valg-2011-prosjektet/evaluering/evaluering-av-testvalg-host10var11/oversikt-over-testvalgene-host10var11.html?id=653613>>.
- KRD. 2011c. „Slik stemmer du. Slik skjer tellingen“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 4. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/prosjekter/e-valg-2011-prosjektet/e-valgsystemet1/animasjon.html?id=622419>>.
- KRD. 2011d. „Startside. Kommunestyrevalget“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 8. 12. 2011]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/krd/html/valg2011/bks.html>>.
- KRD. 2011e. „Final Results from the E-Voting“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 28.11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/en/dep/krd/prosjekter/e-valg-2011-prosjektet/nyttomevalg/nytt-om-e-valg/2011/endelig-resultat-fra-e-stemmene.html?id=654750>>.
- KRD. 2011f. „Prosjektdirektiv for e-valg 2011-prosjektet“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 10. 1. 2012]. Dostupné z: <[www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/e-valg/Prosjektdirektiv\\_evalg2011\\_bokmal.pdf](http://www.regjeringen.no/upload/KRD/Kampanjer/valgportal/e-valg/Prosjektdirektiv_evalg2011_bokmal.pdf)>.
- KRD. 2011g. „Oversikt over land det er sendt SMS til mobiltelefonnummer“. *Kommunal- og regionaldepartementet* [online] [cit. 8. 12. 2011]. Dostupné z: <<http://www.regjeringen.no/nb/dep/krd/prosjekter/e-valg-2011-prosjektet/oppdaterte-tall-pa-mottatte-internettsms-er-sendt-til-mobiltelefonnummer-i-fo.html?id=653685>>.
- Margets, Helen. 2010. „Public Management Change and E-Government“. Pp. 114-127 in Andrew Chadwick, Philip N. Howard (eds.). *The Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge.
- MinID. Nedat. Your Public ID. *MinID* [online] [cit. 8. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://minid.difi.no/minid/minid.php?lang=en>>.
- Nixon, Paul a Vassiliki N. Koutrakou. 2007. *E-Government in Europe: Re-Booting the State*. Taylor & Francis: Routledge.
- Norris, Pippa. 2001. *Digital Divide. Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa. 2003. „Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites“. *Party Politics* 9 (1): 21-45.
- Rada, Václav. 2006. „Internet v praxi: Komunální volby v Estonku, dočkáme se i u nás?“. *Internet pro všechny* [online] [cit. 9. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.internetprovsechny.cz/internet-v-praxi-komunalni-volby-v-estonsku-dockame-se-i-u-nas/>>.
- Reterová, Sylvie. 2007. „Alternativní formy hlasování z hlediska práva a bezpečnosti“. *Acta Universitatis Palackianae Olomouensis. Politologica* 6: 47-61.
- Reterová, Sylvie. 2008. *Alternativní způsoby hlasování. Od tradičních metod k on-line volbám*. Olomouc: Periplum.
- Saglie, Jo, Signy I. Vabo. 2005. *Online Participation in Norwegian Local Politics – the Rise of Digital Divides?*. Paper presented to Workshop 10, „Lokal politisk deltakelse“, at the 14th Nordic Political Science Association (NOPSA) Conference, Reykjavik, 11. - 13. 8. 2005.
- Servon, Lisa J. 2002. *Bridging the Digital Divide: Technology, Community and Public Policy*. Malden: Blackwell Publishing.
- Sokol, Petr. 2011. „E-stonsko 2.0. Čtvrtina Estonců si zvolila poslance přes internet“. *CI Time* 1 (3): 18-19.
- Šindelář, Petr. 2006. „Elektronické volby jako možný nástroj pro posílení demokracie“. *Systems Integration* [online] [cit. 11. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://si.vse.cz/archiv/clanky/2006/sindelar.pdf>>.
- Statistisk Sentralbyrå. 2011. „Kommunestyre og fylkestingsvalget 2011. Økning i valgdeltakelsen“. *Statistisk Sentralbyrå* [online] [cit. 11. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.ssb.no/kommvalg/main.html>>.
- VVK. 2011. „Statistics about Internet Voting in Estonia“. *Vabariigi Valimiskomisjon* [online] [cit. 9. 1. 2012]. Dostupné z: <<http://www.vvk.ee/voting-methods-in-estonia/engindex/statistics/>>.
- Ward, Stephen, Rachel Gibson, Wainer Lusoli. 2003. „Online Participation and Mobilisation in Britain: Hype, Hope and Reality“. *Parliamentary Affairs* 56 (3): 652-688.

Miloš Brunclík je odborným asistentem na katedře politologie a mezinárodních vztahů vysoké školy CEVRO Institut. Zabývá se zejména komparativní politikou se zaměřením na politické, stranické a volební systémy severovýchodních zemí. Společně s V. Havlíkem a A. Pinkovou je spoluautorem monografie *Skandinávie. Proměny politiky v severovýchodních zemích*. Praha: Wolters Kluwer, 2011.

Lze jej kontaktovat na adrese: [milos.brunclik@vsci.cz](mailto:milos.brunclik@vsci.cz)

## poznámky

<sup>1</sup> Článek byl zpracován za finanční podpory GA ČR v rámci projektu vysoké školy CEVRO Institut „Komparativní analýzy internetových voleb ve světě a analýza možnosti zavedení internetového hlasování v ČR“ s registračním číslem číslo P408/11/2406.

<sup>2</sup> V rámci e-voleb byl zachován princip rozdělení období, ve kterém je možné hlasovat, na dvě části. Nejprve jde o tzv. předtermín a pak následuje „klasický“ volební den. Hlasovat pomocí internetu bylo

možné pouze v předtermínu [Aardal et al. 2006: 12], a to od 10. srpna do 9. září 2011. V samotný volební den - 12. září (někdy též i 11. září) bylo možné hlasovat pouze tradičním způsobem, tj. pomocí papírového hlasovacího lístku ve volební místnosti.

<sup>3</sup> Bodø, Bremanger, Hammerfest, Mandal, Radøy, Re, Sandnes, Tynset, Vefsn a Ålesund.

<sup>4</sup> SMS byly zaslány do 35 zemí po celém světě, včetně ČR [KRD 2011g].

# Volební kampaň a deklarovaná volební účast ve výzkumu veřejného mínění<sup>1</sup>

Paulína Tabery, Gabriela Šamanová

## Election Campaign and Declared Voter Turnout in Public Opinion Polls

**Abstract:** This article examines the relationship between voter turnout (or, precisely, turnout intention) and variables related to the perception of the election campaign in the broader context of the other types of variables such as basic socio-demographic or political characteristics. The data used in this analysis are from surveys conducted during the period of three months before elections in 2010. All of the surveys were designed as public opinion polls and approximately 1000 Czech adults were interviewed nationwide at the beginning of each month. To explain the relationship between voter turnout (or rather a kind of readiness to vote) and the perception of the campaign, the binary logistic regression was chosen and three models were created. In relation to voter turnout, in addition to basic socio-demographic characteristics, the variables related to the perception of the election campaign are statistically significant, too. In the extended model, however, it is shown that behind the effects of most of them stands the rate of interest in politics. The only variable, which draws on a basis other than the interest in politics, proved to be awareness and acceptance of campaign influence on own voting behaviour. The frequency of consumption of media content proved to be more important than age, education and living standards. However, again behind these variables stands the interest in politics. Therefore, the interest in politics appears to be essential in relation to voter turnout in our analysis.

**Keywords:** election campaign, voter turnout, public opinion.

Volební účast a motivace k tomuto typu politické participace jsou předmětem řady zahraničních i domácích studií. Všechny tyto práce si kladou otázku, jaké okolnosti ovlivňují to, že lidé chodí k volbám. V literatuře lze nalézt rozdělení faktorů ovlivňujících volební účast do tří typů: socioekonomické prostředí, instituce a stranický systém [Blais, Dobrzynska 1998; Blais 2006], nebo také čtyři přístupy ke zkoumání volební účasti: 1) soustředit se na institucionální a právní uspořádání, 2) stranický systém, 3) vliv sociodemografických a socioekonomických charakteristik voličů na volební účast, 4) racionální uvažování o volební účasti, tedy proč se lidé voleb účastní, i když náklady mohou být vyšší než přínosy [Martikainen, Martikainen, Wass 2005: 646 - 647]. V obecnější rovině lze tedy říci, že se zkoumané charakteristiky mohou vztahovat buď k nastavení voleb samotných, tedy ke kontextu, nebo k občanům, voličům, čili k jednotlivcům a jejich motivacím [Blais, Labbé St-Vincent 2011; Anduiza Perea 2002]. V případě individuálních podnětů k participaci na volbách lze rozlišit tři typy reprezentující individuální zdroje (v zásadě sociodemografické charakteristiky jako věk, vzdělání, příjem), sociální integraci (operacionalizováno jako návštěva kostela a rodinný stav) a zapojení do politiky (zájem o politiku, blízkost straně, členství ve straně, členství v odborech nebo ideologická orientace na pravo-levé škále) [Anduiza Perea 2002; viz též Vlachová 2012].

Cílem tohoto textu je navázat na předešlé poznatky ohledně individuálních charakteristik ovlivňujících volební účast zjištěním, zda percepce a reflexe volební kampaně rovněž souvisí s volební účastí, případně jak. První část článku je tedy věnována přehledu relevantní literatury, ze které jsou odvozeny testované hypotézy. Posléze jsou představena data, na kterých je analýza prováděna, a také proměnné související s volební kampaní, které do analýzy vstupují. Závěry jsou postaveny především na třech regresních modelech, v nichž jsou testovány nejdříve základní sociodemografické proměnné spolu s proměnnými týkajícími se volební kampaně, poté je

přidána četnost sledování médií a spokojenost s politickou situací a nakonec zájem o politické dění.

Co se týče sociodemografických charakteristik, především věk a vzdělání jsou tradičně považovány za ty ukazatele, které souvisí s volební účastí, přičemž - zjednodušeně řečeno - s vyšším věkem a vzděláním se pravděpodobnost participace na volbách zvyšuje<sup>2</sup> [Blais 2000]. Se vzděláním je spojena i životní úroveň (případně příjem, nebo sociální třída), takže nepřekvapí, že větší pravděpodobnost účastnit se voleb mají ti lépe situovaní [ibid.]. Podobné výsledky přináší i studie provedené v českém prostředí [viz Vlachová 2012; Linek, Lyons 2007; Vlachová, Řeháková 2007]. I když z historického hlediska bylo možné rozpoznat rozdíly ve volební účasti mužů a žen, když se ženy účastnily voleb v menší míře, v roce 2010 nebyl nalezen v případě pohlaví statisticky významný vztah s volební účastí [více viz Vlachová 2012].

Z hlediska postojů souvisejících s politickou angažovaností, zájem o politiku je jednou ze základních proměnných spojovaných v literatuře s volební účastí [Blais 2000; Blais, Labbé St-Vincent 2011]. Význam tohoto druhu proměnných ve vztahu k volební účasti dokládá v českém prostředí Linek [2010], přičemž se soustřeďuje na koncepty individuálního a institucionálního odcizení, legitimitu režimu a politickou (ne)spokojenost. Politickou (ne)spokojenost měří jiným způsobem, než jak je tomu v našem případě, nicméně na agregované úrovni se podle něj jedná o poměrně silný vztah mezi nespokojeností a volební účastí, když rostoucí politická nespokojenost souvisí se snižující se volební účastí. Na individuální úrovni ovšem tento vztah již tak silný neshledává [ibid.].

Třetím typem proměnných jsou kromě zmíněných sociodemografických (nebo socioekonomických) a politických ty, které se týkají vnímání volební kampaně. Co se týče vlivu volební kampaně na volební účast, v této oblasti existuje poměrně obsáhlý výzkum. I když se evropský výzkum volebních kampaní v posledních letech zaměřuje také na stránku vytváření kampaní, jejich účinkům je tradičně věnována největší pozor-

nost [Holtz-Bacha 2004], přičemž se výzkum soustřeďuje především na účinky politické reklamy. Ty jsou v zásadě nejčastěji zkoumány v rovině politických znalostí (kognitivní účinky), vnímání kandidátů<sup>3</sup> (afektivní účinky) a v chování potenciálních voličů, což vyjadřují preference či volební účast (behaviorální účinky) [Kaid 2004]. A právě behaviorální účinky, tedy vliv politické reklamy či kampaní na volební chování a volební účast, jsou spojeny s největší pozorností.

V tradici výzkumu volebních kampaní/politické reklamy<sup>4</sup> je poměrně pevně zakotven model „minimálních účinků“, jenž vychází z řady výzkumů provedených od čtyřicátých do poloviny šedesátých let [Finkel 1993; Shaw 1999; Hillygus 2005; Waldman, Jamieson 2000]. V nich se jako účinek ve vztahu k volebnímu chování objevilo posilování již existujícího volebního rozhodnutí, přičemž zaznamenaná změna byla minimální. Silnější vliv než volební kampaň tak měly proměnné zastupující různé sociální, demografické či politické charakteristiky, které jsou poměrně stálé [Finkel 1993; Hillygus 2005; Waldman, Jamieson 2000]. Vzhledem k proměně těchto charakteristik u amerického elektorátu (např. pokles stranickosti, vyšší počet tzv. nezávislých voličů, nárůst počtu lidí rozhodujících se později o tom, koho budou volit, a nestálost voličů viz Shaw [1999]), vyvstala otázka testování platnosti převládajícího modelu. I když byly v posledních dvou desetiletích provedeny různé studie na toto téma (viz např. Finkel [1993]; Shaw [1999]; Hillygus [2005]), skeptický přístup k účinkům kampaní stále převažuje (více viz Hillygus [2005]). Nicméně uvedený vývoj ve zkoumání volebních kampaní koresponduje s obecným vývojem názorů na účinky médií v komunikačních vědách, kde (i na základě studií o kampaních a propagandě) v jistou dobu převládala myšlenka minimálních účinků, aby se pak znovu objevil koncept mocnějších médií [McQuail 1999; Waldman, Jamieson 2000]. Podobný rozpor ohledně účinků panuje i v případě negativní kampaně, přesněji negativní politické reklamy, a jejího vlivu na volební účast, případně rozhodnutí jít k volbám. Některé studie přicházejí se zjištěním demobilizačního efektu, tedy že negativní politická reklama může snížit volební účast [Ansolabehere, Iyengar, Simon, Valentino 1994; Ansolabehere, Iyengar, Simon 1999], jiné to však nepotvrzují, nebo naopak naznačují mobilizační účinek [Finkel, Geer 1998; Wattenberg, Briens 1999; Freedman, Goldstein 1999].

V českém prostředí se volební kampaní zabývají Lebeda a Bradová [2007] v souvislosti s nerozhodnutými voliči, specificky problematice negativní kampaně jsou věnovány práce Bradové et al. [2008] a Lebedové (dříve Bradové) [2011]. Ve své analýze zdrojů a motivací volební účasti zařadili Linek a Lyons [2007] zájem o volební kampaň (pozornost věnovanou kampani), resp. úroveň zasažení kampaní mezi účast usnadňující faktory. Do analýzy začlenili rovněž proměnné měřící sledování jednotlivých typů médií (sledování politických obsahů alespoň 30 minut týdně v televizi, rozhlasu nebo novinách), ovšem podle nich mají tyto proměnné relativně malý vliv.

Analýza představena v tomto textu se nesoustřeďuje na měření behaviorálních účinků volební kampaně. Není zjišťován vliv kampaně na volební rozhodování, tedy to, zda negativní, případně pozitivní kampaň snižuje, či naopak zvyšuje volební účast, popřípadě míru rozhodnutí jít k volbám a jakým způsobem. Cílem je prozkoumat, v jakém vztahu jsou postoje

ke kampani (tedy subjektivní vnímání kampaně) a záměr jít k volbám. Ověřujeme tudíž nikoliv vliv kampaně na změnu či upevnění rozhodnutí, ale zkoumáme jakési obecné postoje naladěné, tedy zda postoje ke kampani jako je zájem o ní, její příznivé či nepříznivé vnímání a mínění o vlivu kampaně na osobu respondenta a na ostatní, mají nějakou souvislost s rozhodováním o účasti ve volbách. Vzhledem k tomu, že je analýza prováděna na předvolebním výzkumu, pracujeme s předpokládanou volební účastí, nicméně ve výzkumu volebních kampaní to není zcela výjimečné (viz např. Hillygus [2005] a termín turnout intention). Ostatně jak dokládají data v analytické části (viz tabulku 6), nejen v předvolebních, ale i povolebních výzkumech pracujeme s deklaracemi (viz deklarovaná a skutečná volební účast). Nicméně, pro typ vztahů, které jsme se rozhodly zkoumat, není tato skutečnost zásadním problémem.

## Hypotézy a použitá data

Na základě literatury byly formulovány počáteční pracovní hypotézy ohledně sociodemografických charakteristik, politických faktorů a proměnných týkajících se vnímání volební kampaně.

U proměnných jako jsou pohlaví, věk, vzdělání a životní úroveň předpokládáme souvislost s volební účastí stejnou, jako tomu bylo v předešlých výzkumech; u pohlaví tedy neočekáváme statisticky významnou souvislost, v případě ostatních proměnných se domníváme, že se zvyšujícím se věkem, vzděláním i životní úrovní se zvyšuje pravděpodobnost účasti ve volbách.

V případě proměnných jako jsou zájem o kampaň, dojem z kampaně, vliv kampaně či setkání s kandidátem předpokládáme statisticky významnou souvislost u zájmu o kampaň. Dojem z kampaně považujeme za poměrně subjektivní ukazatel, podobně jako mínění o vlivu kampaně na vlastní rozhodování a rozhodování ostatních. U sledování politických obsahů v televizi, rozhlasu, tisku a na internetu předpokládáme statisticky významnou souvislost.

Zájem o politiku je dle literatury jednou z klíčových faktorů, proto usuzujeme na statisticky významnou souvislost, tedy že s vyšším zájmem o politiku se zvyšuje pravděpodobnost účasti ve volbách. Na podobný vztah usuzujeme i v případě spokojenosti s politickou situací.

Následující text vychází ze tří předvolebních výzkumů realizovaných v období března až května 2010 Centrem pro výzkum veřejného mínění AV ČR, v.v.i.<sup>5</sup> Proměnné týkající se volební kampaně k volbám do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v roce 2010 jsou představeny na základě všech tří šetření. Regresní modely, v nichž byly dány zmíněné proměnné do souvislosti s volební účastí, byly realizovány na květnových datech.

## Postoje k volební kampani

S tím, jak se volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR blížily, se povědomí o volební kampani mezi občany České republiky úměrně zvětšovalo. Počátkem března, tedy zhruba dva a půl měsíce před volbami, byla volební kampaň zaznamenaná dvěma pětinaми občanů, o měsíc později třemi pětinaми

**Tabulka 1: Do jaké míry volební kampaň budila zájem (%)**

	březen	duben	květen
ve velmi velké míře	2	3	3
ve větší míře	11	13	13
jen v malé míře	49	49	47
vůbec se nezajímá	37	35	36
neví	1	0	1
celkem	100	100	100

Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 březen N = 1034, duben N = 1004, květen N = 1021.

a v květnu volební kampaň zaregistrovaly již téměř tři čtvrtiny oprávněných voličů<sup>6</sup>.

V tabulce 1 je zachyceno, jak velký zájem kampaň k parlamentním volbám vyvolala. Téměř polovina dotázaných se o kampaň zajímala pouze v malé míře a spolu s více než třetinovým podílem lidí, kteří se o kampaň nezajímali vůbec, tvořil malý či žádný zájem v souboru značnou převahu. Větší míru zájmu vyslovila přibližně šestina dotázaných, přičemž pouze minimum občanů projevilo zájem o kampaň ve velmi velké míře. Deklarovaný zájem o kampaň je přitom vcelku stabilní proměnnou a s blížícími se volbami se v průběhu tří předvolebních měsíců v zásadě nemění.

Vedle vyjádření zájmu či nezájmu o kampaň měli dotázaní také možnost zhodnotit, jaký převažující dojem v nich kampaň zanechala. Při tomto hodnocení volební kampaň významně převažoval nepříznivý dojem nad dojmem příznivým, a to ve všech třech sledovaných obdobích. V březnu a dubnu dosáhla kategorie neutrální, neboli „ani příznivý, ani nepříznivý“ stejného podílu jako součet kategorií rozhodně nepříznivý a spíše nepříznivý dojem (v obou případech třetina občanů), zhruba pětina dotázaných nedokázala svůj dojem z volební kampaň vyjádřit a uvedla odpověď „nevím“. Přibližně desetina obyvatel měla z kampaň příznivý dojem. Výsledky z období krátce před volbami se však částečně liší. Zatímco podíl těch, kteří kampaň vnímali příznivě, se v podstatě nezměnil a podobně zastoupen zůstal i neutrální názor, negativita vnímání v květnu poměrně výrazně posílila, a to především na úkor nerozhodnutých občanů (viz tabulku 2).<sup>7</sup>

**Tabulka 2: Jak byla volební kampaň hodnocena - převažující dojem z volební kampaň (%)**

	březen	duben	květen
rozhodně příznivý dojem	1	1	1
spíše příznivý dojem	9	10	9
ani příznivý, ani nepříznivý dojem	32	34	28
spíše nepříznivý dojem	24	24	32
rozhodně nepříznivý dojem	10	11	17
neví	24	20	13
celkem	100	100	100

Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 březen N = 1034, duben N = 1004, květen N = 1021.

Do výzkumů byly dále zařazeny dvě otázky mapující mínění lidí o vlivu aktuální volební kampaň na rozhodování pro kterou stranu hlasovat, přičemž jedna se týkala vlivu na dotázané samotné a druhá na ostatní voliče. Zásadnější vliv kampaň na vlastní rozhodování většina lidí odmítá. Pokud však vyslovuje dotázaný mínění o rozhodování ostatních voličů, připisuje kampaň častěji větší vliv, než připouští u sebe samého. Toto mínění je přitom poměrně stabilní a s blížícími volbami se v zásadě nemění (viz tabulku 3). Připouštění většího vlivu na ostatní lidi však znamená, že kampaň je určitý vliv přisuzován. Jinými slovy, lidé se domnívají, že kampaň může názory ovlivnit, měnit. Jak ale popisuje Davison, tento předpoklad může zpětně ovlivňovat vlastní rozhodování, přičemž lidé budou brát v úvahu nikoliv sdělení samotné, ale své očekávání reakce druhých, zachovají se tedy podle toho, jakou reakci předpokládají u ostatních [Davison 1983]. V této souvislosti se navíc nabízí otázka, do jaké míry je jedinec schopen rozpoznat všechny vlivy působící na tvorbu svých názorů. Podle Jiráka a Köpplové [2003] jsou pro člena moderní společnosti rozhodujícím nositelem veřejného mínění především média. Vůči informacím z médií se příjemce vymezuje například i nesouhlasem, nebo na druhé straně přijetím a případnou změnou svých názorů. Mediální sdělení nemusí nutně působit na utváření názorů a postojů přímo, mohou však ovlivňovat to, o čem bude člověk přemýšlet, diskutovat s přáteli apod. a nepřímo tak třeba i měnit své původní mínění nebo mínění druhých. Podobný mechanismus působení můžeme tedy předpokládat také u volebních kampaň.

**Tabulka 3: Názory na vliv volební kampaň na rozhodování voličů (%)**

	duben		květen	
	osobní rozhodování	rozhodování ostatních	osobní rozhodování	rozhodování ostatních
velmi velký vliv	2	4	2	5
poměrně velký vliv	10	26	11	26
poměrně malý vliv	23	27	22	27
velmi malý vliv	20	13	19	15
žádný vliv	41	7	42	7
neví	4	23	4	20
celkem	100	100	100	100

Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 duben N = 1004, květen N = 1021.

**Tabulka 4: Kde byla volební kampaň zaznamenána (%)**

	občané s volebním právem (celá populace)			občané, kteří zaznamenali volební kampaň některé z politických stran		
	březen	duben	květen	březen	duben	květen
billboardy	27	43	57	68	73	80
celostátní tisk	24	34	42	59	58	59
televize	18	26	35	46	45	48
regionální, místní tisk	15	20	31	36	34	43
letáčky, tiskoviny vydávané politickou stranou	14	26	44	34	45	61
internet	10	12	20	25	19	29
rozhlas	7	10	14	17	16	19
předvolební mítinky, osobní setkání s politiky	4	7	19	9	12	28

**Zdroj:** CVVM Naše společnost 2010 březen (celá populace N=1034; zaznamenali volební kampaň některé z politických stran N=415), duben (celá populace N=1004; zaznamenali volební kampaň některé z politických stran N=593) a květen (celá populace N=1021; zaznamenali volební kampaň některé z politických stran N=726).

**Poznámka:** V tabulce jsou uvedeny pouze podíly odpovědi ano (zaznamenal kampaň na tomto konkrétním nosiči). Dopočet do 100 procent tvoří odpovědi ne (nezaznamenal kampaň na tomto konkrétním nosiči), neví a v případě celé populace též nezaznamenal kampaň některé z politických stran, nebo neví, zda ji zaznamenal.

Do výzkumů byla zařazena také otázka zjišťující, kde občane volební kampaň zaznamenávají. Těm lidem, kteří uvedli, že zaregistrovali volební kampaň některé z politických stran, byl položen dotaz na to, na jakých nosičích to bylo. Jak je vidět z tabulky 4, dominantním nosičem jsou ve volební kampani billboardy následované celostátním tiskem a televizí. Procenta přepočtená na občany s volebním právem zřetelně ukazují, jak postupem času volební kampaň sílí a tudíž je stále více zaznamenávána na všech typech nosičů. Trochu jinou perspektivu nabízí procenta počítána pouze z těch, kteří zaregistrovali volební kampaň některé z politických stran. V tomto případě je vidět, že relativní význam médií jako je televize, tisk a rozhlas zůstává po celou dobu přibližně stejný, zatímco u těch typů nosičů, které jsou přímo spojené s politickou reklamou, jako jsou billboardy, letáčky a tiskoviny vydávané politickou stranou nebo předvolební mítinky, četnost zaznamenání narůstá. Jistou výjimkou z výše zmíněného je regionální, či místní tisk, který v posledním sledovaném měsíci lidé častěji označují za nosič, na kterém kampaň zaznamenali. Z toho lze usuzovat, že zřejmě hraje jistou roli při oslovení potenciálních voličů těsně před volbami.

**Tabulka 5: Volební kampaň politické strany, kterou si lidé nejlépe pamatují (celá populace, %)**

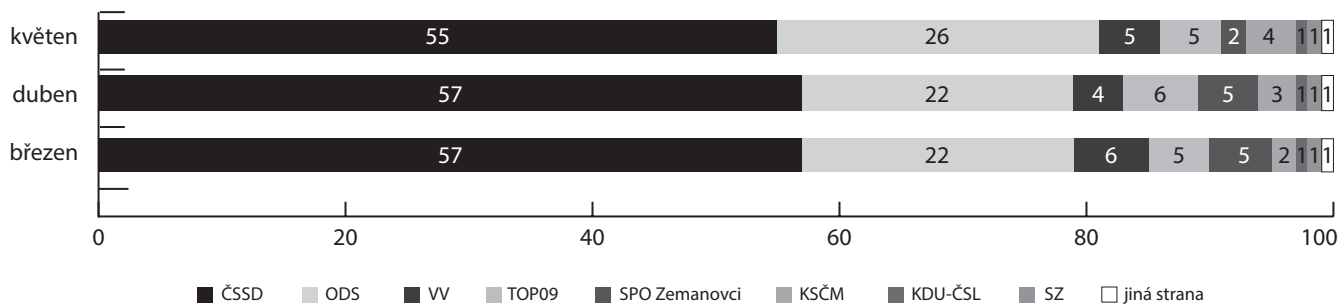
	březen	duben	květen
ČSSD	21,9	32,5	36,1
ODS	8,2	12	17,3
VV	2,4	2	3,4
TOP 09	1,7	3,1	3,5
SPO Zemanovci	1,9	3	1,5
KSČM	0,7	1,6	2,4
KDU-ČSL	0,3	0,7	0,8
SZ	0,3	0,3	0,5
jiná strana	0,5	0,6	0,7
nezaznamenal kampaň/ nevedl stranu	62,1	44,2	33,8
celkem	100	100	100

**Zdroj:** CVVM Naše společnost 2010 březen N = 1034, duben N = 1004, květen N = 1021.

Není překvapivé, že povědomí o kampani časem stoupá a že většina komunikačních kanálů je využívána s čím dál větší intenzitou, protože politická kampaň s blížícími se volbami přirozeně sílí. Především letáčky a osobní setkání s kandidáty jsou stranami časovány do poslední fáze kampaně před volbami. Zajímavý je však případ televize, ve které se placená forma kampaně vůbec nevyskytuje (teprve až v období těsně před volbami mají všechny strany ze zákona vyhrazen v televizním vysílání čas na svoje spoty). Část veřejnosti zřejmě považuje za volební kampaň nejenom přímé reklamní (placené) aktivity politických stran, ale také televizní zpravodajství a publicistiku, v nichž je kampaň reflektována, a také politické debaty, což pravděpodobně platí i pro rozhlas, celostátní či regionální tisk a internet.

Podobně jako u předešlé otázky, lidé, kteří odpověděli, že zaznamenali volební kampaň některé z politických stran, měli dále uvést, kterou kampaň si nejlépe pamatují. Tabulka 5 ukazuje, jak byly volební kampaně jednotlivých stran zaznamenávány vzhledem k celé populaci potenciálních voličů, a zachycuje nárůst intenzity vnímání kampaní. Graf 1 se týká jen těch, kteří kampaň zaznamenali a uvedli nějakou stranu. U tohoto typu relativního vyjádření již není nárůst v zaznamenání kampaní zřejmý; mezi těmi, kteří kampaň registrují, je tak viditelnost jednotlivých stran poměrně stabilní. Stranou, jejíž kampaň byla nejčastěji jmenována jako nejlépe zapamatovaná, a to ve všech třech předvolebních výzkumech, byla Česká strana sociálně demokratická (viz tabulku 5 a graf 1). Předvolební propagace ČSSD byla uvedena vždy minimálně v 55 % případů z těch, kteří nějakou kampaň zaznamenali, a co je zajímavé, s výjimkou potenciálních voličů ODS byla nejčastěji zmiňována bez ohledu na politické preference dotázaných, a také přes znatelnou tendenci příznivců každé ze stran uvádět kampaň vlastní strany. To vše na příkladu květnových dat dokládá graf 2.<sup>8</sup> Jak je vidět, příznivci ODS ve stejné míře uváděli kampaň vlastní strany i ČSSD, což o stoupencích ČSSD neplatí; ti jmenovali především kampaň své strany.

Graf 1: Volební kampaň politické strany, kterou si lidé nejlépe pamatují (ti, kteří zaznamenali volební kampaň některé z politických stran)



Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 březen N = 410, duben N = 577, květen N = 722.

Poznámka: Na tuto otázku odpovídali pouze lidé, kteří v předchozí otázce uvedli, že zaznamenali volební kampaň některé z politických stran.

## Volební kampaň a volební účast

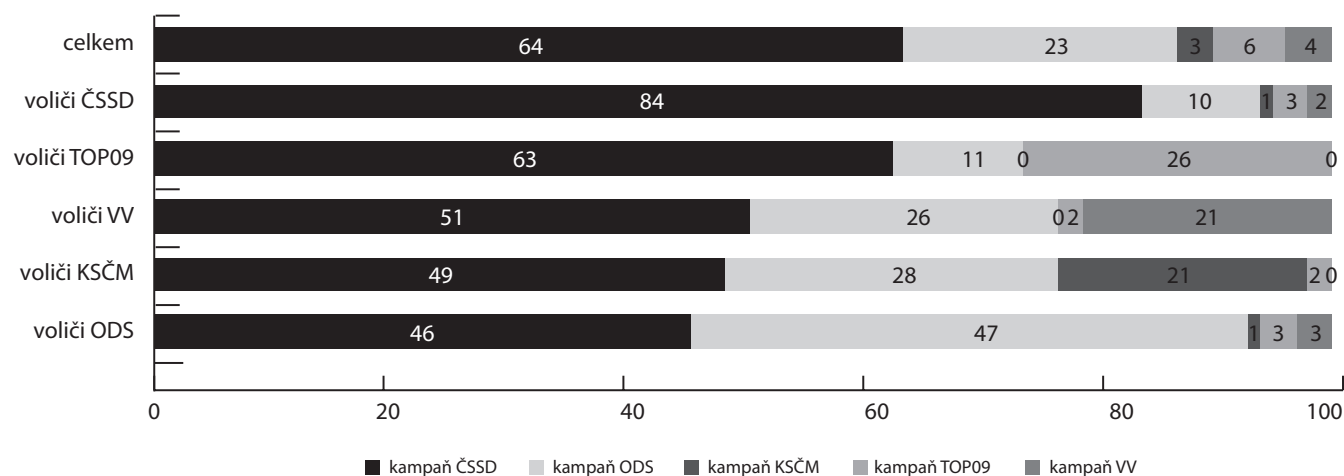
Po představení proměnných souvisejících s volební kampaní je následující text věnován hlavnímu cíli studie, tedy jakým způsobem souvisejí názory na volební kampaň s deklarovanou volební účastí. O deklarované volební účasti hovoříme ze dvou důvodů: za prvé, data vycházejí z výzkumu realizovaného v období před volbami, a za druhé, skutečnou volební účast není prakticky možné u konkrétního respondenta s jistotou zjistit, a to nejen v období před volbami, ale ani v období po volbách, přičemž deklarovaná volební účast bývá často vyšší než ta skutečná. V obou typech zmiňovaných výzkumů, tedy v před i povolebních, může docházet ke stejnému druhu zkreslení informace. Část respondentů podléhá tzv. autostylizaci a o volební účasti podává záměrně nepravdivou odpověď<sup>9</sup>. Další alternativou pokoušející se nabídnout vysvětlení, proč může být volební účast v sociologických šetřeních nadsazena, je předpoklad, že výzkumu tohoto typu se spíše zúčastňují lidé, kteří chodí k volbám. U lidí, kteří se straní veřejného života, je větší pravděpodobnost, že nevolí, a současně také, že odmítnou poskytnout rozhovor v rámci sociologického průzkumu. Přehled deklarované a skutečné volební účasti v posledních třech volbách do Poslanecké sněmovny nabízí tabulka 6.<sup>10</sup>

V období před a po volbách je respondent zpravidla dotazován na volební účast v konkrétním termínu konání voleb,

v posledním předvolebním výzkumu z května 2010 však byla osloveným občanům předložena standardní otázka zjišťující potenciální volební účast v rámci mapování stranických preferencí v průběhu celého mezivolebního období.<sup>13</sup> Respondenti tudíž deklarovali volební účast pro situaci, ve které by se volby do Poslanecké sněmovny konaly v příštím týdnu po uskutečnění rozhovoru, tedy zhruba v půlce května.<sup>14</sup> V analýze tedy budeme dávat do souvislosti názory a vztahy k volební kampani v období krátce před volbami a občanskou angažovanost vyjádřenou deklarovanou volební účastí ve stejném období, přičemž se zaměříme na faktory, které zvyšují šance, že respondent deklaruje rozhodnutí jít k volbám (v hypotetickém termínu), tedy že je „provolebně naladěný“. Pro přehlednost bude tato deklarovaná ochota účastnit se voleb nazývána v následujícím textu jednoduše volební účastí.

Otázka na volební účast nabízel v předvolebním průzkumu vedle možnosti odpovědi rozhodně ano a rozhodně ne také méně rozhodné varianty spíše ano a spíše ne. Rozhodně by k volbám šla třetina účastníků výzkumu a dalších 28 % účast u voleb nevyloučilo, když zvolilo možnost „spíše ano“. K volbám by spíše nešla desetina respondentů a stoprocentně rozhodnuta voleb se nezúčastnit byla zhruba pětina respondentů (22 %). Dotázaní měli dále možnost uvést odpověď nevim, která tvořila v datovém souboru sedmi procentní podíl. Tito lidé, kteří se nepřiklonili k žádné z nabízených variant odpovědi,

Graf 2: Volební kampaň politické strany, kterou si lidé nejlépe pamatují – třídění podle stranických preferencí



Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 květen N = 722.

Poznámka: Do grafu byly zahrnuty pouze strany, které ve volbách uspěly.

Tabulka 6: Deklarovaná a skutečná volební účast v % (volby do PS)<sup>11</sup>

2002			2006			2010		
předvolební výzkum červen	skutečná volební účast	povolební výzkum červenec	předvolební výzkum květen	skutečná volební účast	povolební výzkum červen	předvolební výzkum květen <sup>12</sup>	skutečná volební účast	povolební výzkum červen
74	58	73	70	65	74	61	63	71

Zdroj dat sociologických výzkumů: CVVM Naše společnost 2002, 2006, 2010. Zdrojem údajů o skutečné volební účasti je Český statistický úřad [ČSÚ 2011].

Tabulka 7: Konstrukce vysvětlujících proměnných

Název proměnné v modelu	Znění otázky a konstrukce proměnné
zájem o kampaň	Do jaké míry se zajímáte o předvolební kampaň politických stran, které kandidují ve volbách do Poslanecké sněmovny v květnu 2010? ve velmi velké míře + ve větší míře = zájem v malé míře + vůbec se nezajímá = nezájem
dojem z kampaně	Pokud vezmete předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny v květnu 2010 jako celek, je Vás převažující dojem příznivý nebo nepříznivý? rozhodně + spíše příznivý = příznivý ani příznivý, ani nepříznivý rozhodně + spíše nepříznivý = nepříznivý
vliv kampaně na vlastní volbu	Jak velký vliv měla volební kampaň do Poslanecké sněmovny v květnu 2010 na Vaše rozhodování o tom, koho budete volit? žádný vliv velmi malý + poměrně malý vliv = malý vliv velmi velký + poměrně velký vliv = velký vliv
vliv kampaně na volbu ostatních	A jak velký vliv podle Vás má předvolební kampaň do Poslanecké sněmovny v květnu 2010 na rozhodování ostatních občanů o tom, koho budou volit? žádný vliv velmi malý + poměrně malý vliv = malý vliv velmi velký + poměrně velký vliv = velký vliv
kontakt s kandidátem	Kontaktoval Vás v průběhu této předvolební kampaně do Poslanecké sněmovny kandidát nebo někdo z politické strany a snažil se Vás přesvědčit, abyste tuto stranu volil? ano – ne
sledování televize	V kolika dnech v týdnu se obvykle díváte na zpravodajství a politické diskuze v televizi?
sledování rádia	V kolika dnech v týdnu obvykle posloucháte zpravodajství a politické diskuse na některé rozhlasové stanici?
sledování novin	V kolika dnech v týdnu obvykle čtete zpravodajské články v tištěných novinách a časopisech?
sledování internetu	V kolika dnech v týdnu obvykle sledujete zpravodajství na internetu?
spokojenost s politickou situací	Zamyslíte-li se nad celkovou současnou politickou situací v České republice, řekl byste, že jste s ní: velmi + spíše nespokojen = nespokojen ani spokojen, ani nespokojen = ani, ani velmi + spíše spokojen = spokojen
zájem o politiku	součtový index z položek: a) zájem o politické dění v naší zemi b) zájem o politické dění v Evropské unii c) zájem o politické dění ve světě

byli ze souboru pro účely další analýzy vyloučeni, zařazeni byli pouze ti, kteří vyjádřili více či méně silné přesvědčení, že by buď k volbám šli, nebo naopak nešli. Pro vysvětlení vazeb mezi volební účastí (či spíše jakousi připraveností jít volit) a vnímáním kampaně byla vybrána binární logistická regrese, jejíž pomocí byly vytvořeny tři modely. V prvním případě

byly vedle základních sociodemografických charakteristik do analýzy zařazeny proměnné zastupující postoje k volební kampani – zájem o kampaň, hodnocení dojmu z kampaně, hodnocení vlivu kampaně na vlastní rozhodování koho volit, zhodnocení vlivu kampaně na ostatní voliče a to, zda byl respondent v průběhu kampaně kontaktován reprezentantem



Tabulka 8: Vztah k deklarované volební účasti (logistické regresní modely)

	Model 1			Model 2			Model 3		
	B	Sig.	Exp(B)	B	Sig.	Exp(B)	B	Sig.	Exp(B)
pohlaví (žena)	-0,10	0,617	0,9	-0,13	0,543	0,9	0,13	0,586	1,1
věk (18-29)		0,085			0,449			0,571	
věk (30-44)	0,28	0,325	1,3	0,34	0,265	1,4	0,19	0,564	1,2
věk (45-59)	0,59	0,037	1,8	0,48	0,130	1,6	0,27	0,428	1,3
věk (60+)	0,67	0,025	2	0,48	0,170	1,6	0,54	0,161	1,7
vzdělání (základní)		0,024			0,278			0,866	
vzdělání (stř. bez maturity)	0,25	0,350	1,3	0,24	0,421	1,3	0,16	0,620	1,2
vzdělání (stř. s maturitou)	0,62	0,041	1,9	0,49	0,134	1,6	0,30	0,402	1,3
vzdělání (vysokoškolské)	1,04	0,006	2,8	0,71	0,080	2	0,24	0,586	1,3
životní úroveň (špatná)		0,042			0,111			0,082	
životní úroveň (ani, ani)	0,16	0,546	1,2	0,10	0,735	1,1	0,04	0,902	1
životní úroveň (dobrá)	0,64	0,027	1,9	0,54	0,080	1,7	0,58	0,089	1,8
zájem o kampaň (ano)	1,71	0,000	5,6	1,65	0,000	5,2	0,86	0,077	2,4
dojem z kampaně (nepříznivý)		0,002			0,016			0,100	
dojem z kampaně (ani, ani)	0,68	0,002	2	0,65	0,006	1,9	0,55	0,032	1,7
dojem z kampaně (příznivý)	0,91	0,026	2,5	0,59	0,163	1,8	0,28	0,554	1,3
vliv kampaně na vlastní volbu (žádný vliv)		0,000			0,000			0,000	
vliv kampaně na vlastní volbu (malý vliv)	0,86	0,000	2,4	0,99	0,000	2,7	0,77	0,001	2,2
vliv kampaně na vlastní volbu (velký vliv)	1,80	0,000	6	2,18	0,000	8,9	2,02	0,000	7,6
vliv kampaně na volbu ostatních (žádný vliv)		0,012			0,065			0,176	
vliv kampaně na volbu ostatních (malý vliv)	0,82	0,034	2,3	0,69	0,097	2	0,65	0,171	1,9
vliv kampaně na volbu ostatních (velký vliv)	1,19	0,004	3,3	1,01	0,023	2,7	0,91	0,069	2,5
setkání s kandidátem (ano)	-0,36	0,404	0,7	-0,49	0,261	0,6	-0,75	0,110	0,5
sledování televize				0,12	0,019	1,1	0,05	0,339	1,1
sledování rádia				0,00	0,967	1	-0,03	0,554	1
sledování tisku				0,13	0,023	1,1	0,09	0,145	1,1
sledování internetu				0,08	0,107	1,1	0,07	0,220	1,1
spokojenost s politickou situací (nespokojen)					0,191			0,185	
spokojenost s politickou situací (ani, ani)				-0,28	0,276	0,8	-0,29	0,297	0,8
spokojenost s politickou situací (spokojen)				0,65	0,189	1,9	0,73	0,168	2,1
zájem o politiku							1,44	0,000	4,2
Statistiky modelů									
-2 Log likelihood		657,59			585,79			519,36	
Cox & Snell R <sup>2</sup>		0,22			0,26			0,33	
Nagelkerke R <sup>2</sup>		0,32			0,37			0,47	
Podíl správně zařazených případů		76 %			79 %			82 %	

Zdroj: CVVM Naše společnost 2010 květen N = 940.

kandidující politické strany. Ve druhém případě byl model doplněn o obecnější vztah k politickému dění vyjádřený četností sledování médií a spokojeností se současnou politickou situací. Do třetího modelu byla navíc zařazena proměnná vyjadřující míru zájmu o politiku. Přehled a způsob konstrukce vysvětlujících proměnných podává tabulka 7.

Před vytvořením samotného regresního modelu byly vztahy mezi deklarovanou volební účastí a vysvětlujícími proměnnými ověřeny pomocí testu chí-kvadrát. S výjimkou pohlaví byla statisticky významná souvislost prokázána u všech zkouma-

ných položek. Ochota zúčastnit se voleb byla zaznamenána především u lidí šedesátiletých a starších, lidé z nejmladší věkové skupiny (do třiceti let) naopak častěji vypovídali, že by se voleb spíše či rozhodně nezúčastnili. Závislost lineárního charakteru lze vysledovat také u vzdělání a životní úrovně, kdy se vzrůstajícím stupněm vzdělání či životní úrovně roste také pravděpodobnost provolebního naladění respondenta. Velmi silnou spojitost s ochotou volit vykazuje zájem o volební kampaň, který pravděpodobnost účasti ve volbách zvyšuje, a také hodnocení kampaně. Lidé, kteří označili svůj celkový dojem

z kampaně za nepříznivý, vykazovali menší ochotu jít volit. Naopak větší ochotu volit deklarovali lidé, v nichž kampaň vzbudila příznivý dojem, ale také ti (což je zajímavé), kteří měli ke kampani neutrální postoj vyjádřený variantou „ani příznivý, ani nepříznivý dojem“ z kampaně. Tyto výsledky naznačují, že za neutrálním hodnocením kampaně nemusí nutně stát nezáměr o kampaň ústící do nezáměru o volby. Výše řečené potvrzuje také třídění druhého stupně, kde je rozdělení kategorie „ani příznivý, ani nepříznivý dojem“ z kampaně podle skupin zájmu o volební kampaň rovnoměrné (tzn., že mezi těmito proměnnými nebyl prokázán statisticky významný vztah).

Mezi proměnné, které mají s plánovanou volební účastí významnou souvislost, patří hodnocení míry vlivu kampaně na vlastní rozhodování koho volit, kdy účast u voleb deklarovali častěji lidé, kteří vliv na své volební rozhodování připouštěli. Stejný typ souvislosti nalezneme také u hodnocení vlivu kampaně na ostatní voliče. Lidé, jež přisuzují kampani schopnost ovlivňovat rozhodování voličů, měli větší pravděpodobnost volební účasti. Ze všech sledovaných proměnných týkajících se přímo volební kampaně byla statistická významnost závislosti nejslabší, ale stále signifikantní, u osobního setkání s některým z kandidátů. Lidé, kteří byli kandidátem kontaktovaní, o něco častěji projevovali vůli jít volit.

Vzájemný vztah k deklarované ochotě zúčastnit se voleb byl prokázán také u četnosti sledování zpravodajství v médiích. Statisticky významný rozdíl byl zaznamenán mezi lidmi, jež nesledují zpravodajství vůbec, a lidmi, jež sledují zpravodajství alespoň pětkrát v týdnu, přičemž větší pravděpodobnost účasti u voleb byla zaznamenána ve druhém případě, tedy u lidí, kteří pravidelně sledují zpravodajské pořady a politické diskuze v televizi a rádiu a čtou zpravodajské články v novinách a na internetu. Souvislost spokojenosti se stávající politickou situací a volební účasti není lineární, ale má obrazně řečeno parabolický charakter. Volební účast deklarují statisticky významně častěji lidé z obou krajních kategorií, tedy jak ti, kteří jsou se situací spokojeni, tak ti nespokojeni. Naopak svou volební účast častěji vylučují lidé ze střední kategorie, kteří definovali svůj vztah k politické situaci jako „ani spokojen, ani nespokojen“. Poslední analyzovaná proměnná zájem o politiku souvisí s volební účastí předvídatelným způsobem, provolebně naladěni jsou častěji lidé, které politické dění zajímá.

Po prozkoumání vzájemných párových souvislostí byly pro odhalení skrytých či zprostředkovaných vazeb mezi proměnnými vytvořeny tři regresní modely, jejichž výsledky jsou představeny v tabulce 8.

Výsledky regresní analýzy v prvním modelu ukazují, že proměnné vztahující se bezprostředně ke kampani ovlivňují ochotu angažovat se účastí u voleb samostatně. Jejich vliv není podmíněn ani vzájemně ani pohlavím, věkem, vzděláním či životní úrovní. Přímé působení nebylo zaznamenáno pouze u setkání s kandidátem v předvolebním období, což naznačilo už třídění druhého stupně v předchozí analýze. Nejsilnější vliv lze vysledovat u zájmu o kampaň, který zvyšuje šance účasti u hypotetických voleb oproti nezáměru pět a půlkrát, a u uvědomovaného vlivu kampaně na rozhodování koho volit, kdy uznání velkého vlivu kampaně na svou volbu zvyšuje zmíněné šance ve srovnání s lidmi, kteří vliv kampaně vylučují, šestinásobně. Za hranici statistické významnosti se podle předpokladu ocitla také proměnná pohlaví, ostatní sociodemografické charakteristiky mají na deklarovanou volební účast přímý vliv.

Po zařazení dalších proměnných se však ve druhém modelu ukázalo, že četnost konzumace politických obsahů médií je důležitější než příslušnost ke skupinám podle věku, vzděláním a životní úrovně. Konkrétně se jedná o sledování zpravodajství a politických pořadů v televizi a zpravodajských článků v tisku. Vliv sledování rozhlasu a internetu se ve vztahu k hypotetické volební účasti jeví jako statisticky nevýznamný. Stejně tak souvislost spokojenosti s politickou situací a volební účasti, která byla prokázána při třídění druhého stupně, je zprostředkována dalšími proměnnými.

Jako zásadní se pro deklarovanou volební účast jeví zájem o politiku, což dokládají výsledky třetího modelu. S jednotkovou změnou této proměnné se šance, že by respondent byl ochoten jít k volbám, zvětšují více než čtyřikrát. Jedinou další proměnnou, která vedle zájmu o politiku skóruje, je uvědomování si vlivu volební kampaně na osobní rozhodování koho volit. Lidé, kteří připouštějí alespoň malý vliv kampaně na svou volbu, mají dvojnásobně větší šanci účastnit se voleb než lidé, na které kampaň podle jejich přesvědčení žádný vliv nemá. Velký vliv pak oproti žádnému vlivu zvětšuje šance na volební participaci 7,6 krát.

## Závěr

Vztah české veřejnosti k volební kampani k parlamentním volbám v roce 2010 byl spíše negativní. Většina občanů se o kampaň nezajímala vůbec nebo jen v malé míře a většina z ní měla rozhodně či spíše nepříznivý celkový dojem. Zásadnější vliv kampaně na své volební rozhodování připouští pouze o něco více než desetina oslovených občanů, obecně je však kampani připisována větší schopnost ovlivňovat rozhodování potenciálních voličů, když zhruba třetina dotázaných vypovídá, že kampaň má na ostatní občany velmi velký či alespoň poměrně velký vliv. Výsledky výzkumů dále naznačují, že dominantním nosičem sdělení týkajících se volební kampaně jsou v českém prostředí billboardy, současně však častým zmiňováním televize (v celém sledovaném období březen – květen) jako zdroje informací o kampani potvrzují, že část veřejnosti nevnímá kampaň pouze jako politickou reklamu, ale řadí sem také politické debaty a reflexi kampaně probíhající v televizním zpravodajství a publicistice. Nejviditelnější stranou byla během kampaně k posledním parlamentním volbám Česká strana sociálně demokratická. Jako stranu, jejíž kampaň si nejlépe pamatuje, ji uvedla vždy více než polovina těch, kteří zaznamenali kampaň některé z politických stran. Zásah kampaně ČSSD potvrzuje i fakt, že tato strana byla jmenována nejčastěji bez ohledu na stranické sympatie dotázaného.

Ve vztahu k volební účasti se vedle základních sociodemografických charakteristik projeví jako významné i proměnné reprezentující názory na volební kampaň, v rozšířeném modelu se však ukázalo, že za působením většiny z nich stojí míra zájmu o politické dění. Jedinou proměnnou, jež se koncipuje na jiném základě než zájem o politiku, se ukázalo být uvědomění a připuštění si vlivu kampaně na vlastní volební rozhodování. Za zmínku stojí také vliv četnosti konzumace politických obsahů médií, který se ukázal být důležitější než věk, vzděláním a životní úroveň. Avšak také sledování médií bylo prostředníkem vlivu zájmu o politiku, který se pro ochotu účastnit se voleb jeví mezi zkoumanými proměnnými jako zásadní.

- Anduiza Perea, Eva. 2002. „Individual Characteristics, Institutional Incentives and Electoral Abstention in Western Europe“. *European Journal of Political Research* 41 (5): 643-673.
- Ansolabehere, Stephen, Shanto Iyengar, Adam Simon, Nicholas Valentino. 1994. „Does Attack Advertising Demobilize the Electorate?“. *The American Political Science Review* 88 (4): 829-838.
- Ansolabehere, Stephen D., Shanto Iyengar, Adam Simon. 1999. „Replicating Experiments Using Aggregate and Survey Data: The Case of Negative Advertising and Turnout“. *The American Political Science Review* 93 (4): 901-909.
- Blais, André. 2000. *To Vote or Not to Vote. The Merits and Limits of Rational Choice Theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh Press.
- Blais, André. 2006. „What Affects Voter Turnout?“. *Annual Review of Political Science* 9: 111-125.
- Blais, André, Agnieszka Dobrzynska. 1998. „Turnout in Electoral Democracies“. *European Journal of Political Research* 33 (2): 239-261.
- Blais, André, Elisabeth Gidengil, Neil Nevitte, Richard Nadeau. 2004. „Where Does Turnout Decline Come From?“. *European Journal of Political Research* 43 (2): 221-236.
- Blais, André, Simon Labbé St-Vincent. 2011. „Personality Traits, Political Attitudes and the Propensity to Vote“. *European Journal of Political Research* 50 (3): 395-417.
- Bradová, Eva et al. 2008. *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Olomouc: Periplum.
- Bradová, Eva, Tomáš Lebeda. 2007. „Nerozhodnutí voliči a volební kampaň“. Pp. 111-132 in Tomáš Lebeda, Lukáš Linek, Pat Lyons, Klára Vlachová et al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- ČSÚ. 2011. „Volby“. *Český statistický úřad* [online] [cit. 12. 7. 2011]. dostupné z: [www.volby.cz](http://www.volby.cz).
- Davison, W. Phillips. 1983. „The Third-Person Effect in Communication“. *The Public Opinion Quarterly* 47 (1): 1-15.
- Finkel, Steven E. 1993. „Reexamining the ‚Minimal Effects‘ Model in Recent Presidential Campaigns“. *The Journal of Politics* 55 (1): 1-21.
- Finkel, Steven E., John G. Geer. 1998. „A Spot Check: Casting Doubt on the Demobilizing Effect of Attack Advertising“. *American Journal of Political Science* 42 (2): 573-595.
- Freedman, Paul, Ken Goldstein. 1999. „Measuring Media Exposure and the Effects of Negative Campaign Ads“. *American Journal of Political Science* 43 (4): 1189-1208.
- Hillygus, D. Sunshine. 2005. „Campaign Effects and the Dynamics of Turnout Intention in Election 2000“. *The Journal of Politics* 67 (1): 50-68.
- Holtz-Bacha, Christina. 2004. „Political Communication Research Abroad: Europe“. Pp. 463-477 in Lynda Lee Kaid (ed.). *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Jiráček, Jan, Barbora Köpplová. 2003. *Média a společnost. Stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál.
- Kaid, Lynda Lee. 2004. „Political Advertising“. Pp. 155-202 in Lynda Lee Kaid (ed.). *Handbook of Political Communication Research*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lebedová, Eva. 2011. *Role negativních kampaní v systému politické komunikace České republiky*. Disertační práce. Olomouc: Univerzita Palackého. Filozofická fakulta. Katedra politologie a evropských studií.
- Linek, Lukáš. 2010. *Zrazení snu? Struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Praha: SLON.
- Linek, Lukáš, Pat Lyons. 2007. „Zdroje a motivace volební účasti“. Pp. 63-85 in Tomáš Lebeda, Lukáš Linek, Pat Lyons, Klára Vlachová et al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- Martikainen, Pekka, Tuomo Martikainen, Hanna Wass. 2005. „The Effect of Socioeconomic Factors on Voter Turnout in Finland: A Register-based Study of 2.9 million Voters“. *European Journal of Political Research* 44 (5): 645-669.
- McQuail, Denis. 1999. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál.
- Shaw, Daron R. 1999. „A Study of Presidential Campaign Event Effects from 1952 to 1992“. *The Journal of Politics* 61 (2): 387-422.
- Šamanová, Gabriela. 2010. *Ohlédnutí za komunálními volbami*. Tisková zpráva CVVM AV ČR, v.v.i. Vyd. 2. 10. 2010.
- Škodová, Markéta. 2006. „Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006“. *Naše společnost* 4 (2): 20-27.
- Vinopal, Jiří. 2009. „Situace standardizovaného dotazování z hlediska kognitivních přístupů“. *Sociologický časopis/Czech Sociological Review* 45 (2): 397-420.
- Vlachová, Klára. 2012. „Volební neúčast: kdo nešel k volbám?“. In Lukáš Linek (ed.). *Voliči a volby 2010*. Praha: SLON, Sociologický ústav, AV ČR, v.v.i. (v tisku).
- Vlachová, Klára, Blanka Řeháková. 2007. „Sociální třída a její vliv na volební chování“. Pp. 133-145 in Tomáš Lebeda, Lukáš Linek, Pat Lyons, Klára Vlachová et al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- Waldman, Paul, Kathleen H. Jamieson. 2000. „Do Campaigns Matter?“. Pp. 3-17 in Kathleen Hall Jamieson. *Everything You Think You Know About Politics... And Why You're Wrong*. New York: Basic Books.
- Wattenberg, Martin P., Craig L. Brians. 1999. „Negative Campaign Advertising: Demobilizer or Mobilizer?“. *The American Political Science Review* 93 (4): 891-899.

- <sup>1</sup> Tato studie vznikla v rámci projektu Naše společnost zaměřeného na kontinuální zkoumání veřejného mínění v České republice. Šetření realizuje Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.
- <sup>2</sup> Jak však upozorňuje Vlachová [2012], vztah mezi věkem a volební účastí není lineární, jelikož velmi staří lidé se podobně jako velmi mladí voleb neúčastní. Více o problematice věku, vzdělání a volební účasti viz též Blais et al. [2004].
- <sup>3</sup> Zdůrazňování vnímání kandidátů vychází z velkého vlivu prostředí Spojených států amerických, kde je tradice výzkumu politické komunikace, politické reklamy a volebních kampaní mnohem větší, než v evropském prostoru. Je proto nutné dodat, že v naší kategorizaci by to byly spíše politické strany, zejména pokud se zaměříme na volby do Poslanecké sněmovny.
- <sup>4</sup> Opět je nutné poznamenat, že tato výzkumná tradice se týká zejména Spojených států amerických.
- <sup>5</sup> Výsledky předvolebního výzkumu, který proběhl před minulými volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v roce 2006, představuje ve svém článku Markéta Škodová [2006].
- <sup>6</sup> U všech analyzovaných otázek byli dotazováni pouze lidé, jimž v době konání voleb bylo osmnáct a více let.
- <sup>7</sup> Negativní hodnocení převažovalo i v případě kampaně k volbám do Poslanecké sněmovny v roce 2006 [srov. Škodová 2006].
- <sup>8</sup> Konfrontováno s odpověďmi na otázku: Pokud byste šel k volbám, kterou stranu byste volil?
- <sup>9</sup> Více k jevu, kdy respondent záměrně pozměňuje odpověď kvůli tomu, že by ho podle vlastního mínění mohla pravdivá informace z pohledu druhých nějakým způsobem snižovat, viz Vinopal [2009].
- <sup>10</sup> Podobné rozdíly můžeme vysledovat také v případě komunálních voleb [např. Šamanová 2010].
- <sup>11</sup> Znění otázky před volbami: „V termínu (...) se budou konat volby do Poslanecké sněmovny. Půjdete volit?“ Znění otázky po volbách: „V termínu (...) se konaly volby do Poslanecké sněmovny. Zúčastnil jste se těchto voleb?“ V předvolebních výzkumech se jedná o součet odpovědí „rozhodně ano“ a „spíše ano“. V povolebních výzkumech jsou evidovány odpovědi „ano“ a „ne“.
- <sup>12</sup> V květnu 2010 respondenti odpovídali na otázku, zda by šli k volbám, kdyby se konaly v příštím týdnu. Otázka se tedy nevztahovala ke konkrétnímu termínu voleb. Jakým způsobem tento fakt ovlivnil velikost procentuálního podílu lidí, kteří udali odpověď rozhodně a spíše ano (jejichž součet je prezentován v tabulce 6 pro období květen 2010), se můžeme pouze dohadovat.
- <sup>13</sup> Znění otázky: „Představte si, že by příští týden byly volby do Poslanecké sněmovny. Šel byste volit?“
- <sup>14</sup> Termín konání voleb byl 28. – 29. května 2010.

*Paulína Tabery vystudovala žurnalistiku a mediální studia na Fakultě sociálních věd UK v Praze a obor veřejná a sociální politika na téže fakultě. Od roku 2007 je odbornou pracovnící Centra pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i. Mezi předměty jejího zájmu patří zejména teorie veřejného mínění s důrazem na komunikační procesy, vztah mezi médii a veřejným míněním a veřejná a sociální politika ve výzkumu veřejného mínění.*

*Lze ji kontaktovat na adrese: [paulina.tabery@soc.cas.cz](mailto:paulina.tabery@soc.cas.cz)*

*Gabriela Šamanová absolvovala bakalářské studium sociologie na Filozofické fakultě a magisterské studium demografie na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy v Praze. Od roku 2001 působí jako odborná pracovníce v Centru pro výzkum veřejného mínění Sociologického ústavu AV ČR, v.v.i. Její výzkumný zájem se zeměřuje na demografické procesy a sociologii veřejného mínění.*

*Lze ji kontaktovat na adrese: [gabriela.samanova@soc.cas.cz](mailto:gabriela.samanova@soc.cas.cz)*

# Důvěryhodnost politiků jako sociolingvistický fenomén

Jan Chromý, Ondřej Dufek

## Politicians' Trustworthiness as a Sociolinguistic Phenomenon

**Abstract:** The article is divided into three main parts. In the first part, an overview of scholarly views on trust/trustworthiness is provided. The second part is concerned with the issue of how the politicians' trustworthiness is measured by contemporary research agencies. In the third part, the experiment on politicians' trustworthiness utilizing a new method is reported. This method is based on indirect questioning and it builds on the hypothesis that the more trustworthy a politician is, the more people will agree with his statements and consider them seriously. Four parallel questionnaires were employed. The first questionnaire (N=53) contained 10 short fictitious quotations and subjects were asked to rate them according to their solidness, acceptability, and positivity, and they were asked to say to what extent did they agree with them. Five of these quotations were used in the next three questionnaires (N=48;47;42) and the names of five Czech politicians (K. Schwarzenberg, A. Vondra, R. John, V. Filip and B. Sobotka) were attached to them. No name was attached to the same quotation twice. Respondents were divided into four independent groups and each group responded to one questionnaire. The independent two-sample t-test was used for the comparison of the ratings and 20 statistically significant results were obtained. This means the method could be one of the keys for a better future understanding of such a complex notion as the trustworthiness of politicians is.

**Keywords:** trust, trustworthiness, sociolinguistics, indirect questioning, matched-guise technique, politics.

V tomto textu se z metodologického hlediska zabýváme otázkou důvěryhodnosti politiků. V první části se podíváme na to, jak se v sociologické a související literatuře vymezují pojmy důvěra a důvěryhodnost. Následující část se věnuje způsobům, jakými se zkoumá důvěryhodnost politiků. Třetí a hlavní část článku bude představení vlastního výzkumu, který využít novou metodu zkoumání, založenou sociolingvisticky.

## Co je to důvěra a důvěryhodnost?

Sociologické a související literatury věnované otázce důvěry či důvěryhodnosti existuje obrovské množství. Zde nám tak půjde jen o postžení základních aspektů obou pojmů. I to je však značně problematické, neboť například jen způsobů, jak vymezit pojem „důvěra“, najdeme v literatuře řadu. Zde vyjdeme z Rousseauové et al. [Rousseau et al. 1998], již se snaží na základě různých definic, které se objevují v odborné literatuře, dojít k obecně přijatelnému vymezení. Jejich závěrem je, že důvěra se v literatuře chápe zhruba jako „duševní stav utvářený záměrem přijmout zranitelnost, který je založen na pozitivních očekáváních záměrů nebo chování druhého“ [Rousseau et al. 1998: 395]. Ve své podstatě velmi podobně vymezuje důvěru v českém prostředí Sedláčková [Sedláčková 2005] jako „určité spolehnutí se na druhou osobu, či instituce, že nezneužije určitou část mé svobody, kterou aktem důvěry vkládám do jejich rukou“. Velmi obecnou a sumarizující definici nabízí Sztompka [Sztompka 1999: 25], když důvěru chápe jako „sázku na budoucí možné jednání druhých“, přičemž za základní dvě složky důvěry považuje přesvědčení (očekávání) a aktivitu (např. věřím určitému politikovi, proto ho volím).

Velmi různorodě se v literatuře přistupuje k tomu, jaké typy důvěry lze vymezit. Známe je Uslanerovo rozlišení morální a strategické důvěry [Uslaner 2002]. Základní rozdíl zde tkví v tom, že morální důvěra není spojena s očekáváním toho, že jejím projevem něco získáme (jinými slovy „A důvěřuje“), zatímco strategická důvěra je založena na vědomém rozhod-

nutí někomu důvěřovat, přičemž v jejím samotném základu je určité riziko, že bude důvěra zrazena (jinými slovy, „A důvěřuje B, že udělá X“). Strategická důvěra je tak principiálně založena na tom, že známe ty, kterým důvěřujeme – morální důvěra takovou znalost nevyžaduje a naopak spočívá v „přesvědčení, že ostatní sdílejí vaše principiální morální hodnoty a měli byste s nimi tak jednat stejně, jak si přejete, aby oni jednali s vámi“ [Uslaner 2002: 18].

Uslanera ve svém výkladu o politické důvěře v několika věcech doplňují Fisher et al. [Fisher et al. 2010]. Rozlišují tři složky důvěry, které se vyjevují v dosavadní literatuře: (1) vnímané kvality důvěřovaného (jedince nebo instituce), (2) důvěřivost důvěřujícího, (3) přítomnost mechanismů, které mají chránit důvěřujícího před zradou ze strany důvěřovaného. Tyto komponenty pak přímo spojují s jednotlivými typy důvěry. Na první komponent se zaměřuje strategická důvěra, na druhý komponent morální důvěra a k třetímu komponentu přiřazují tzv. deliberativní důvěru. Posledně jmenovaný typ důvěry je chápán jako „usnadňující mechanismus pro kolektivní akci, který se děje na základě uvážení, inovace a spolupráce, nikoli prostřednictvím strategického, racionálního soudu o zájmech důvěřovaného nebo na základě morálního soudu o lidské přirozenosti“ [Fisher et al. 2010: 167].

Jinou klasifikací je rozlišení mezi všeobecnou (angl. „generalized“, někdy též „thin“) a konkretizovanou (angl. „particularized“, někdy též „thick“) důvěrou. Všeobecnou důvěru můžeme vymezit jako „standardní očekávání dobré vůle jiných lidí“ [Miller, Mitamura 2003: 62], jinými slovy „osoba s vysokou všeobecnou důvěrou je přesvědčena, že většina lidí má dobré úmysly“ [ibid.]. Všeobecná důvěra je tedy pojem velmi blízký Uslanerově morální důvěře. Konkretizovaná důvěra se vztahuje pouze k lidem, které osobně známe [srov. Sturgis, Smith 2010: 75] – často tak bývá (snad poněkud nepřesně) ztotožňována se strategickou důvěrou.

Klasifikaci zcela jiného typu nabízí Onora O'Neillová [O'Neill 2002], která rozlišuje mezi vyjadřovanou (angl.

„stated“) a odhalovanou (angl. „revealed“) důvěrou. Zatímco vyjadřovaná důvěra je explicitní (tj. to, co nám osoba A poví, když se jí zeptáme, zda důvěřuje osobě B), odhalovaná důvěra se vyjevuje až na základě chování k něčemu či někomu, komu důvěřujeme (z chování osoby A k osobě B vyvozujeme, zda A důvěřuje B). Tyto dva typy důvěry se mohou shodovat, ale velmi často se liší.

O důvěryhodnosti se obvykle mluví až na pozadí samotné důvěry. Např. Evans a Revelle [Evans, Revelle 2008: 1586] tvrdí, že mezi důvěrou a důvěryhodností je cyklický vztah – jinými slovy, důvěřovaný má tendenci opěťovat důvěru, jestliže cítí, že mu někdo důvěřuje. Důvěřující spíše důvěřuje, jestliže vidí, že je partner důvěryhodný. Vztáhneme-li to k výše řečenému, můžeme říci, že o důvěryhodnosti můžeme mluvit v souvislosti se strategickou či deliberativní důvěrou, ale nikoliv v souvislosti s důvěrou morální – důvěryhodnost totiž nutně předpokládá konkrétní osobu/instituci, které se týká. Jinými slovy, je vždy z principu konkretizovaná. Stejně jako důvěra, i důvěryhodnost z principu může být jak vyjadřovaná, tak odhalovaná.

Pozornost se v literatuře věnuje tomu, co vytváří důvěryhodnost či nedůvěryhodnost určité osoby či instituce. Mayer et al. [Mayer et al. 1995] – na základě předchozích prací – mluví o třech faktorech důvěryhodnosti, jimiž jsou schopnost, benevolence a integrita. Schopnost je v jejich pojetí soubor dovedností, kompetencí a vlastností, které osobě či instituci umožňují mít vliv v určité oblasti. Benevolence je „míra, do jaké se důvěřovaný domnívá o důvěřovaném, že mu chce činit dobro“. Integrita je založena na představě toho, že důvěřovaný zastává soubor principů, které jsou pro důvěřujícího přijatelné.

Sztompka [Sztompka 1999: 71] rozlišuje primární a odvozenou důvěryhodnost. Primární důvěryhodnost vyplývá z domnělých osobních vlastností důvěřovaného (např. poctivost), zatímco odvozená důvěryhodnost je udávána kontextem, v němž se důvěřovaný pohybuje (např. to, že je v továrně vysoký dohled nad zaměstnanci, nám umožňuje důvěřovat pracovníkům, že nebudou pracovat ledabyle). Primární důvěryhodnost je potom podle Sztompky odvozována na třech základech: reputace, performance a vystupování. Reputace se týká předchozích skutků. Performance znamená aktuální skutky, momentální chování, výsledky dosažené v danou chvíli. Vystupování je pak založeno na řadě aspektů, Sztompka [Sztompka 1999: 79] uvádí fyziognomii, řeč těla, intonaci, svolnost k úsměvu, účes, oblečení, ozdoby, šperky.

## Jak se zkoumá důvěryhodnost politiků?

V této části článku se podíváme na otázku, jak se zkoumá důvěryhodnost politiků ve světě a v České republice a pokusíme se kriticky zachytit, v čem je takový způsob zkoumání nevhodný.

Standardním způsobem zjišťování důvěryhodnosti je přímé dotazování. V České republice ho používají následující agentury – Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM), Středisko empirických výzkumů (STEM), Factum Invenio a Středisko analýz a empirických průzkumů (SANEP).

K průzkumu důvěryhodnosti politiků se typicky využívá standardizovaný dotazník, vyplňovaný tazatelem v osobním rozhovoru s respondentem (výjimkou je SANEP, který dotazník umisťuje na internet). Otázka, kterou respondent odpo-

vidá, může mít různou podobu, v jádru je ale vždy podobná: *Máte důvěru v prezidenta republiky Václava Klause?* (STEM); *Důvěřujete jednotlivým členům vlády v čele s premiérem Petrem Nečasem?* (SANEP); *Nyní Vám přečtu jména některých politiků. U každého mi, prosím, řekněte, zda mu důvěřujete nebo nedůvěřujete, či neumíte posoudit. Případně zda tohoto politika neznáte* (CVVM). Respondentům se nabízí většinou různě jemná škála odpovědi s nucenou volbou – od prostého *důvěřuji/nedůvěřuji* po běžnější škálu *určitě ano / spíše ano / spíše ne / určitě ne*, někdy doplněnou o možnost *nevím*.

Stejným způsobem se provádí výzkum i v zahraničí. Např. známá agentura Gallup provádí průzkumy s otázkami typu *How much trust and confidence do you have in the government of the state where you live when it comes to handling state problems – a great deal, a fair amount, not very much, or none at all?* Britská ICM Research se ptala např. *Which of the two, David Cameron or Gordon Brown do you trust more...?* Sofistikovanější, ale v principu obdobný přístup nalezneme také v odborné literatuře věnované důvěryhodnosti; např. Combs a Kellerová [Combs, Keller 2010] zjišťovali důvěru respondentů v politiku za pomoci sedmistupňového hodnocení pojmů jako *integrity, honesty, sincerity, truthfulness* nebo *trustworthiness*, ovšem podstata přímého dotazování zůstala zachována. Pro podrobnější rozbor výzkumu důvěryhodnosti v politice odkazujeme na přehledový článek Margaret Leviové a Laury Stokerové [Levi, Stoker 2000] *Political Trust and Trustworthiness*.

Popsané způsoby šetření obsahují několik problematických aspektů. Nejprve ty partikulární: Některé agentury na základě takto získaných zjištění sestavují žebříčky, které reflektují jen pozitivní odpovědi (*určitě důvěřuji / spíše důvěřuji*) (např. SANEP). Tím vytvářejí virtuální pořadí nereflektující míru negativitu hodnocení; je rozdíl, zda jsou politikova hodnocení *spíše nedůvěřuji*, nebo *zcela/určitě nedůvěřuji*. Dalším problémem je, např. u STEM, absence odpovědi *neumím posoudit, neznám* apod. To vytváří riziko nekontrolovaného zkreslení, neboť může snadno zapříčinit umělé vytváření postojů u respondentů, kteří až dosud ke konkrétnímu politikovi žádný postoj neměli (a třeba ho ani neznají). Uvážíme-li u takových respondentů možný sklon k souhlasnosti (nekontroverzní odpovědi), může politik obdržet veskrze pozitivní hodnocení, aniž by to jakkoli odráželo reálné postoje veřejnosti.

Obecnější slabiny se týkají všech zmiňovaných variant šetření bez ohledu na konkrétní provedení. Nejzásadnější problém je spojen s používáním přímé metody jako takové. Ptáme-li se na důvěryhodnost, data pocházející ze self-reports jsou potenciálně nevalidní ze dvou možných příčin: 1) respondent vědomě odpovídá nepravdivě, např. z důvodu sklonu k společenské přijatelnosti, 2) respondent vypovídá o svých explicitních (vědomých, kontrolovaných) postojích, které však mohou být v rozporu s postoji implicitními (automatickými). Ty se vymezují jako „introspektivně nerozpoznatelné stopy minulých zkušeností, které zprostředkovávají pozitivní či negativní pocity, názory nebo činy vzhledem k objektům sociální reality“ [Greenwald, Banaji 1995: 8]. Přestože o nich tedy respondent není schopný vypovídat, mohou mít zásadní vliv na jeho jednání (viz např. [Payne, Govorun, Arbuckle 2008]). Přitom u nich odpadá riziko vědomého zkreslení. Pokud bychom zkoumali explicitní postoje, dozvěděli bychom se – jednoduše řečeno –, co si respondenti myslí, že si myslí.

Reálné chování a jednání respondentů s tím ovšem nemusí souviset přímo. Přímým dotazováním tedy jistě můžeme jakousi důvěryhodnost změřit, nicméně je vždy nejasné, jakou má takto stanovená důvěryhodnost vazbu na reálné chování jedince. V souvislosti s tím je ostatně vhodné připomenout výše uvedený rozdíl mezi vyjadřovanou a odhalovanou důvěrou v práci Onory O'Neillové [O'Neill 2002].

Ze sociolingvistického pohledu se principiálně týmž problémem podrobně zabývá William Labov [Labov 1996]. Na základě analýzy velkého množství dat z různých výzkumů ukazuje, že tvrzení o jazykovém chování založená jen na intuitivních (introspektivních) úsudcích o přijatelnosti mohou vést k závažným chybám a zkreslením. Riziko zkreslení vyplývající ze sklonu ke společenské přijatelnosti velmi názorně ilustruje tzv. Bradleyho efekt [Payne 1988], poukazující na možné rozpory mezi tím, co lidé deklarují a co pak skutečně činí.

Dosavadní metody výzkumu tak považujeme za problematické a domníváme se, že pro zkoumání důvěryhodnosti je vhodné využívat i jiný typ výzkumných metod, než jsou metody přímé. Jedné z nich se budeme věnovat dále.

## Vlastní výzkum

Základní snahou představovaného výzkumu bylo přijít s odlišnou metodou zkoumání, která by byla schopna překlenout výše uvedené problémy přímého dotazování. Studie Caitlin Fauseyové a Teenie Matlockové [Fausey, Matlock 2011] ukázala, že i tak jemné jazykové aspekty jako gramatické charakteristiky politických projevů (např. užití imperfektivního či perfektivního slovesného tvaru) mohou ovlivňovat rozhodnutí voličů o tom, koho volit. Pokud chápeme ochotu někoho volit jako projev důvěry (k čemuž se zde přikláníme), můžeme se na základě těchto výsledků domnívat, že jazykové aspekty projevů (od výslovnosti přes gramatiku a slovník až po samotné sdělení) mohou ovlivňovat důvěryhodnost určitého politika. Jinými slovy, důvěryhodnost určitého politika je do určité míry udávána tím, co daný politik říká a jak to říká. To snad ani není překvapivé, otázkou je, zda tomu může být i naopak. Může to, že je určitý politik důvěryhodný, mít dopad na hodnocení toho, co říká? Právě na to se snažil odpovědět náš výzkum.

Hlavní výzkumná otázka byla, zda je možné, že se hodnocení určitého politického výroku změní, pokud tento výrok pronese jiný politik. Jde tedy o to, zda se důvěryhodnost politiků nějakým způsobem zrcadlí v tom, jak lidé chápou jejich projevy. Pokud by se tak například ukázalo, že výrok A vyřčený osobou X bude hodnocen hůře než tentýž výrok vyřčený osobou Y, mělo by platit, že osoba X bude pro danou populaci méně důvěryhodná než osoba Y. Jinými slovy, předpokládáme, že výrok důvěryhodného politika bude hodnocen pozitivněji než stejný výrok politika nedůvěryhodného.

## Účastníci

Výzkum proběhl začátkem května 2011. Účastnilo se ho celkem 190 studentů Filozofické fakulty Univerzity Karlovy (50 mužů, 140 žen; průměrný věk 21,8 let). Participanti byli náhodně rozděleni do 4 skupin (viz níže), což zajistilo srovnatelnost jednotlivých měření. Účast byla dobrovolná.

## Metoda

Zvolená metoda dotazování byla nepřímá a byla volně inspirována tzv. technikou spojitých masek (poprvé s ní pracovali Lambert et al. [Lambert et al. 1960], základní pojednání představuje Lambert [1967]; kritický přehled výzkumů realizovaných prostřednictvím této techniky lze najít např. v článku Bradaca et al. [Bradac et al. 2001], v češtině o technice pojednal Chromý [Chromý 2009]), která se běžně využívá v sociolingvistice při výzkumu postojů k jazyku.

Výzkum byl rozdělen na dvě fáze. V první fázi byl vytvořen dotazník A (viz appendix 1) s 10 fiktivními politickými výroky, které měli respondenti (N = 53) ohodnotit na čtyřech pětistupňových škálách (míra souhlasu s výrokem, hodnocení výroku: zcela negativní až zcela pozitivní, serióznost výroku a jeho přijatelnost). Na závěr měli respondenti seřadit devět politických stran od nejlepší k nejhorší (podle vlastního subjektivního mínění). Tento dotazník byl využit jako podklad pro druhou fázi výzkumu. Jeho cílem bylo identifikovat vhodné výroky pro navazující výzkum a také ověřit užitečnost jednotlivých škál. V další fázi výzkumu se pracovalo jen se dvěma škálami – serióznost a souhlasnost (důvodem redukce počtu škál byl jejich značný překryv) a s pěti následujícími výroky:

- Výrok 1: „Nechápu, jak si někdo vůbec může dovolit kritizovat naše politické výhody. Pravděpodobně si ani v nejmenším nedokáže představit práci politika a každodenní strasti, které jsou s touto funkcí spojeny.“
- Výrok 2: „Co o mé osobě otiskují noviny, mě už dávno nezajímá. Přes den, když sedím v parlamentu, jsem politik, veřejný činitel. Ale zprávy o tom, jak se bavím večer, do jakých podniků jdu a kolik času v nich trávím, jsou naprosto neregulérní. Každý má právo na soukromí!“
- Výrok 3: „Celková hodnota mého majetku nemusí nikoho zajímat. Já taky nezastavuju občany na ulici a neptám se jich, kolik mají peněz na účtu nebo kolik mají doma televizi.“
- Výrok 4: „Je nad slunce jasné, že jednání tohoto druhu nemají smysl. My jsme již několik ústupků udělali, teď jsou zase na řadě oni. Jak jsme ukázali, naše strana je schopna kompromisu. Ale nikdo nemůže očekávat, že zcela převrátíme svůj volební program!“
- Výrok 5: „Korupce se v poslední době v České republice rozrůstá. Musíme proti tomu tvrdě zakročit. Není možné, aby se u nás beztrestně uplácelo.“

V druhé fázi výzkumu byly vytvořeny dotazníky B, C a D (viz appendix 2). Pět tvrzení zvolených na základě první fáze bylo spojeno s jmény různých politiků. V dotazníku B (N = 48) jsme pracovali se jmény K. Schwarzenberg, B. Sobotka, F. Sivera, R. John a V. Filip. V dotaznících C (N = 47) a D (N = 42) jsme F. Siveru vyměnili za A. Vondru z toho důvodu, že A. Vondra v té době čelil značné mediální kritice kvůli kauze Promopro a bylo lze předpokládat, že jeho jméno by mohlo mít na změnu hodnocení výroku výrazný vliv. V každém dotazníku byl každý politik přiřazen k jinému tvrzení. Jednotlivé dotazníky v druhé fázi dostaly vždy jiné skupiny respondentů (tj. žádný respondent nevyplňoval více dotazníků).

Signifikantnost rozdílů jednotlivých výsledků byla ověřována oboustranným t-testem pro porovnání průměrů dvou skupin nezávislých měření. V řadě případů se ukázalo, že

Tabulka 1: Výsledky dotazníkových průzkumů

	Dotazník A	Dotazník B	Dotazník C	Dotazník D
<b>Výrok 1</b>	Beze jména	Schwarzenberg	Filip	John
Souhlas	2,08; 1,07	2,42; 1,05	2,11; 1,26	2,26; 1,15
Serióznost	1,72; 0,79	2,71; 1,15	1,87; 1,08	2,21; 0,84
<b>Výrok 2</b>	Beze jména	Sobotka	Schwarzenberg	Vondra
Souhlas	3,68; 1,14	3,75; 1,06	3,87; 0,99	3,31; 1
Serióznost	3,28; 1,05	2,98; 1,06	3,7; 0,88	2,86; 1
<b>Výrok 3</b>	Beze jména	Sivera	Vondra	Filip
Souhlas	2,81; 1,21	2,77; 1,31	2,28; 1,25	2,88; 1,25
Serióznost	2,3; 1,1	2,42; 1,13	2,36; 1,09	2,02; 0,95
<b>Výrok 4</b>	Beze jména	John	Sobotka	Schwarzenberg
Souhlas	3,21; 0,89	3,29; 1,01	3,15; 0,93	3,95; 0,85
Serióznost	2,85; 1,08	3,1; 1,04	2,87; 1,06	4,1; 0,79
<b>Výrok 5</b>	Beze jména	Filip	John	Sobotka
Souhlas	4,43; 1,01	4,42; 0,97	4,57; 0,8	4,31; 0,92
Serióznost	3,76; 0,88	3,96; 0,94	3,19; 1,26	3,52; 1,13

**Poznámka:** První číslo v buňce je průměr za celou skupinu, druhé číslo udává směodatnou odchylku. Obě hodnoty se zaokrouhlením na 2 desetinná místa.

výsledky jsou signifikantně odlišné. Nejrobustnější výsledek byl, že K. Schwarzenberg ve všech případech posílil serióznost výroku. V případě porovnání s výrokem bez uvedení jména politika: výrok 1:  $t(99) = 4,939$ ;  $p < 0,001$ ; výrok 2:  $t(98) = 2,174$ ;  $p < 0,05$ ; výrok 3:  $t(93) = 6,480$ ;  $p < 0,001$ . V porovnání s V. Filipem: výrok 1:  $t(93) = 3,66$ ;  $p < 0,001$ ; v porovnání s R. Johnem: výrok 1:  $t(88) = 2,3$ ;  $p < 0,05$ ; výrok 4:  $t(88) = 5,04$ ;  $p < 0,001$ ; v porovnání s B. Sobotkou: výrok 2:  $t(93) = 3,61$ ;  $p < 0,001$ ; výrok 4:  $t(87) = 6,13$ ;  $p < 0,001$ ; a v porovnání s A. Vondrou: výrok 2:  $t(87) = 4,23$ ;  $p < 0,001$ . Čtyřikrát Schwarzenberg posílil i míru souhlasu respondentů s výrokem. Jednou oproti výroku 3 uvedenému beze jména:  $t(93) = 4,147$ ;  $p < 0,001$ ; jednou oproti R. Johnovi: výrok 4:  $t(88) = 3,33$ ;  $p < 0,005$ ; jednou oproti B. Sobotkovi: výrok 4:  $t(87) = 4,22$ ;  $p < 0,001$ ; a jednou oproti A. Vondrovi: výrok 2:  $t(87) = 2,66$ ;  $p < 0,05$ .

Oproti dotazníku beze jmen byly signifikantní ještě následující rozdíly. R. John zvýšil serióznost výroku 1:  $t(93) = 2,926$ ,  $p < 0,05$ , ale naopak snížil serióznost výroku 5:  $t(98) = 2,551$ ,  $p < 0,05$ . A. Vondra snížil serióznost výroku 2:  $t(93) = 2,018$ ,  $p < 0,05$  a snížil souhlasnost s výrokem 3:  $t(98) = 2,171$ ,  $p < 0,05$ .

Souhlasnost s výrokem 2 u A. Vondry byla menší než se stejným výrokem B. Sobotky:  $t(88) = 2,02$ ;  $p < 0,05$ , stejně tak souhlasnost s Vondrovým výrokem 3 byla menší než souhlasnost s identickým výrokem V. Filipa:  $t(87) = 2,28$ ;  $p < 0,05$ . Serióznost výroku 5 proneseného V. Filipem byla vyšší než u stejného výroku R. Johna:  $t(93) = 3,36$ ;  $p < 0,005$ , a rovněž vyšší než u stejného výroku B. Sobotky (tam se však tento rozdíl statistické významnosti jen blížil):  $t(88) = 1,99$ ;  $p < 0,053$ .

## Diskuse

Prezentované výsledky ukazují, že na to, jak je hodnocen určitý politický výrok, má zřetelný vliv i to, kdo tento výrok pronáší. Jinými slovy, výrok není hodnocen pouze per se, ale i s ohledem na osobu, která jej vyřkla. Domníváme se, že se v tomto vlivu skýtá jeden z klíčů k odhalení reálné důvěryhodnosti dané osoby. Interpretace, která se nabízí, totiž zní: osobě A důvěřuji, proto považuji to, co říká, za pravdivé / seriózně míněné (srov. Uslanerův pojem „strategická důvěra“ v části 2). Pokud je tak určitý výrok se jménem určité osoby hodnocen výše na škálách souhlasnosti a serióznosti, můžeme předpokládat, že je daná osoba důvěryhodnější.

Představená metoda se tak ukazuje být užitečným nástrojem pro výzkum důvěryhodnosti politiků. Je však jasné, že se v tuto chvíli jedná o první poznatky, které je třeba rozvíjet v navazujících výzkumech. Současný výzkum například neřeší, jaký je reálný vztah mezi výsledky získanými zde představenou metodou a standardními přímými metodami, jaké v České republice využívá např. CVVM. Na základě literatury (viz výše část 3) lze zatím pouze předpokládat, že rozdíl existovat bude.

Dále je třeba si uvědomit, že představený výzkum zkoumá primárně něco, co je *následkem* důvěryhodnosti daného politika, nikoliv přímo důvěryhodnost samotnou. Na základě Uslanerova pojmu „strategická důvěra“ předpokládáme, že platí, že čím důvěryhodnější daný politik bude, tím je jeho výrok hodnocen jako serióznější a lidé s ním budou více souhlasit. Je však otázka, nakolik se k důvěryhodnosti vztahují právě serióznost a souhlasnost a nakolik by zde mohly hrát roli i další měřítka. Je pravděpodobné, že důvěryhodnost jako obecný pojem je širší, než jak si jej zde operacionalizujeme.

Na základě našeho výzkumu můžeme uvažovat o třístupňovém modelu důvěryhodnosti z perspektivy důvěřujícího.



Na prvním stupni by byly faktory, které „udávají“, nakolik je určitá osoba důvěryhodná, tj. např. Sztompkou uváděné faktory reputace, performance a vystupování [Sztompka 1999] anebo schopnost, benevolence a integrita, jež uvádí Mayer et al. [Mayer et al. 1995]. Na druhém stupni, který vyplývá ze stupně prvního, by pak stála samotná důvěryhodnost dané osoby jako určitá připsovaná hodnota. Na třetím stupni je pak interpretace a hodnocení chování této osoby na základě důvěryhodnosti, která je této osobě připsována. Můžeme rovněž uvažovat o tom, že třetí stupeň má rovněž zpětný vliv na stupeň první – jestliže například chování dané osoby bude hodnoceno pozitivně, bude to patrně zvyšovat její reputaci a pocíťované schopnosti.

Pokud bychom vyšli z takovéhoho předběžného trojstupňového modelu, měli bychom se podrobněji podívat i na otázku, jaké další proměnné ovlivňují hodnocení určitého výroku, respektive samotnou důvěryhodnost daného politika. Vodítkem může být například to, že Radek John, který se těsně před realizací výzkumu stal místopředsedou vlády a předsedou Vládního výboru pro koordinaci boje s korupcí, statisticky průkazně snížil serióznost výroku, který byl zaměřen právě na korupci (to znamená, že zde patrně hrály roli věcné souvislosti, nebo dokonce věcné znalosti). Tato otázka úzce souvisí se stabilitou, respektive proměnlivostí jednotlivých hodnocení. Na základě představovaného pilotního výzkumu je však obtížné tuto problematiku řešit – jedná se tak opět o téma, kterému budeme věnovat pozornost v navazujících zkoumáních.

Současná studie je založena na experimentálních datech. To samo o sobě vyvolává otázku, jaký je vztah našich výsledků k realitě. Je pravda, že hodnocení izolovaných výroků nepokrývá celé spektrum možných interakcí mezi politiky a dalšími osobami, domníváme se však, že je to stále něco, co se dá chápat jako relativně běžný úkon. V televizním vysílání i v novinách jsou lidé často konfrontováni s krátkými výroky různých politiků, k nimž zaujímají určitý postoj. V našem experimentu pak nešlo o nic jiného, úlohu tak lze považovat za poměrně přirozenou, nikoli umělou. Navíc je na místě se ptát, zda je možné pro zkoumání výzkumné otázky, zda se

hodnocení určitého politického výroku změní, pokud tento výrok pronese jiný politik, využít nějakou jinou, pro dané účely vhodnější metodu. Například přímé dotazování typu „Věřili byste tomuto výroku více, pokud by ho nepronel A, ale B?“ se jeví na první pohled jako velmi ošemetná a takový výzkum by patrně podléhal řadě nekontrolovatelných zkreslení. Je nezpochybnitelné, že každá metoda má pro zkoumání určitého problému své výhody i nevýhody. Domníváme se však, že námi představená metoda je pro zkoumání uvedených výzkumných otázek adekvátní.

## Závěr

V tomto článku jsme prezentovali novou metodu zkoumání důvěryhodnosti politiků, která je založena sociolingvisticky a využívá nepřímé dotazování. Ukázali jsme, že pomocí této metody jsme schopni ukázat reálný vliv důvěryhodnosti politiků na jeden z aspektů chování lidí, tj. hodnocení jejich výroků. V řadě případů se ukázalo, že jméno politika může hodnocení určitého výroku statisticky signifikantně zvyšovat (v případě důvěryhodného politika) nebo snižovat (v případě nedůvěryhodného politika). Domníváme se, že tato metoda může být jedním z klíčů, jak do budoucna lépe porozumět tak komplexnímu pojmu, jakým je důvěryhodnost politiků jistě je.

## Poděkování

Za spolupráci při sběru a kódování dat a promýšlení stavby výzkumu autoři studie srdečně děkují frekventantům semináře Jana Chromého *Příprava a realizace sociolingvistického výzkumu* uskutečněného v letním semestru 2011 na FF UK. Jmenovitě děkujeme Tereze Belingerové, Jitce Budílkové, Patriku Bulakovi, Veronice Dankové, Olze Džupové, Jakubu Hankiewiczovi, Karolíně Hornové, Veronice Korelusové, Janě Křivánkové, Richardu Lukášovi, Radce Mačugové, Štěpánu Matějkovi, Heleně Özörencik, Kláře Prchlíkové, Haně Sedláčkové, Lucii Šťastné, Martině Valtrové, Anně Vandělikové a Petře Vsetečkové.

## literatura

- Bradac, James J., Aaron Castelan Cargile, Jennifer S. Hallett. 2001. „Language Attitudes: Retrospect, Conspect, and Prospect“. Pp. 137–155 in Peter Robinson, Howard Giles (eds.). *The New Handbook of Language and Social Psychology*. Chichester: Wiley.
- Combs, David J. Y., Peggy S. Keller. 2010. „Politicians and Trustworthiness: Acting Contrary to Self-Interest Enhances Trustworthiness“. *Basic and Applied Social Psychology* 32 (4): 328–339.
- Evans, Anthony M., William Revelle. 2008. „Survey and Behavioral Measurements of Interpersonal Trust“. *Journal of Research in Personality* 42: 1585–1593.
- Fausey, Caitlin, Teenie Matlock. 2011. „Can Grammar Win Elections?“. *Political Psychology* 32: 563–574.
- Fisher, Justin, Jennifer van Heerde, Andrew Tucker. 2010. „Does One Trust Judgement Fit All? Linking Theory and Empirics“. *The British Journal of Politics and International Relations* 12: 161–188.
- Greenwald, Anthony G., Mahzarin R. Banaji. 1995. „Implicit Social Cognition: Attitudes, Self-Esteem, and Stereotypes“. *Psychological Review* 102 (1): 4–27.
- Chromý, Jan. 2009. „Postoje k jazyku, technika spojitých masek a čeština“. *Naše řeč* 92: 252–262.
- Labov, William. 1996. „When Intuitions Fail“. Pp. 77–106 in L. McNair, K. Singer, L. Dolbrin, M. Aucon (eds.). *Papers from the Parasession on Theory and Data in Linguistics Chicago Linguistic Society*.
- Lambert, Wallace. 1967. „A Social Psychology of Bilingualism“. *Journal of Social Issues* 23: 91–109.

- Lambert, Wallace, Richard C. Hodgson, Robert C. Gardner. 1960. „Evaluational Reactions to Spoken Languages“. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 60: 44–51.
- Levi, Margaret, Laura Stoker. 2000. „Political Trust and Trustworthiness“. *Annual Review of Political Science* 3: 475–507.
- Mayer, Roger C., James H. Davis, F. David Schoorman. 1995. „An Integrative Model of Organizational Trust“. *Academy of Management Review* 20 (3): 709–734.
- Miller, Alan S., Tomoko Mitamura. 2003. „Are Surveys on Trust Trustworthy?“. *Social Psychology Quarterly* 66: 62–70.
- O'Neill, Onora. 2002. *A Question of Trust*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Payne, J. Gregory. 1988. „Shaping the Race Issue: A Special Kind of Journalism“. *Political Communication and Persuasion* 5 (3): 145–160.
- Payne, B. Keith, Oleysa Govorun, Nathan L. Arbuckle. 2008. „Automatic Attitudes and Alcohol: Does Implicit Liking Predict Drinking?“. *Cognition and Emotion* 22 (2): 238–271.
- Rousseau, Denise M., Sim B. Sitkin, Ronald S. Burt, Colin Camerer. 1998. „Not So Different after All: A Cross-Discipline View of Trust“. *Academy of Management Review* 23 (3): 393–404.
- Sedláčková, Markéta. 2005. „Role důvěry v demokratickém systému“. *Socioweb* 1-2.
- Sturgis, Patrick, Patten Smith. 2010. „Assessing the Validity of Generalized Trust Questions: What Kind of Trust Are We Measuring“. *International Journal of Public Opinion Research* 22: 74–92.
- Sztompka, Piotr. 1999. *Trust: A Sociological Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Uslaner, Eric M. 2002. *The Moral Foundations of Trust*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jan Chromý působí jako odborný asistent v Ústavu českého jazyka a teorie komunikace FF UK. Zabývá se sociolingvistikou, metodologií empirického výzkumu ve společenských vědách a kognitivními aspekty psaní. Lze jej kontaktovat na adrese: [jan.chromy@ff.cuni.cz](mailto:jan.chromy@ff.cuni.cz)

Ondřej Dufek vystudoval mediální studia na FSV UK a český jazyk a literaturu na FF UK, kde je nyní v doktorském studiu. Pracuje v oddělení jazykové kultury Ústavu pro jazyk český AV ČR. Zabývá se analýzou mediálního a politického diskurzu, empirickými přístupy ke studiu komunikace a teorií (ne)zdvořilosti. Lze jej kontaktovat na adrese: [dufek@ujc.cas.cz](mailto:dufek@ujc.cas.cz)

## Appendix 1: Dotazník A

1. „Není na místě upřednostňovat starší generaci před mladší či naopak. V rámci vytváření reforem se tak musí postupovat tím způsobem, aby bylo alespoň zčásti vyhověno požadavkům obou stran a aby bylo v cíli dosaženo alespoň minimální spokojenosti všech občanů.“

1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseriózní
- spíše neseriózní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

2. „Nechápu, jak si někdo vůbec může dovolit kritizovat naše politické výhody. Pravděpodobně si ani v nejmenším nedokáže představit práci politika a každodenní strasti, které jsou s touto funkcí spojeny.“

1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseriózní
- spíše neseriózní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

3. „Cítím solidaritu se zaměstnanci veřejné správy, proto považuji za správné, aby plat klesl i nám, politikům. V době, kdy se řeší každá koruna, jde o důležité gesto vůči veřejnosti.“

1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseriózní
- spíše neseriózní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

4. „Co o mé osobě otiskují noviny, mě už dávno nezajímá. Přes den, když sedím v parlamentu, jsem politik, veřejný činitel. Ale zprávy o tom, jak se bavím večer, do jakých podniků jdu a kolik času v nich trávím, jsou naprosto neregulérní. Každý má právo na soukromí!“

#### 1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

5. „Úkolem politika je především navrhnout způsoby řešení problémů, které se naskytou a zasadit se o jejich realizaci a ne si hned po zvolení dát nohy nahoru a profitovat ze své pozice. Vynasnažíme se, abychom nezklamali očekávání našich voličů.“

#### 1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

6. „Celková hodnota mého majetku nemusí nikoho zajímat. Já taky nezastavuju občany na ulici a neptám se jich, kolik mají peněz na účtu nebo kolik mají doma televizí.“

#### 1. S tímto výrokem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

**7. „Je nad slunce jasné, že jednání tohoto druhu nemají smysl. My jsme již několik ústupků udělali, teď jsou zase na řadě oni. Jak jsme ukázali, naše strana je schopna kompromisu. Ale nikdo nemůže očekávat, že zcela převrátíme svůj volební program!“**

#### 1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

**8. „Bez ohledu na rasový původ má dnes již každý stejné právo na vzdělání a rovněž mu musí být zajištěny stejné podmínky k jeho dosažení. Toto právo nesmí být nikomu za žádných podmínek upíráno.“**

#### 1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

#### 4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

**9. „Média by měla být odrazem skutečného stavu politiky, zatímco se spíše snaží o to, nás co nejvíce zostudit a naházet na nás bahno světa. Měla by se stydět za svůj neprofesionální přístup, s kterým interpretují veškeré dění v poslanecké sněmovně.“**

#### 1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

#### 2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

#### 3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

10. „Korupce se v poslední době v České republice rozrůstá. Musíme proti tomu tvrdě zakročit. Není možné, aby se u nás beztrestně uplácelo.“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Tento výrok hodnotím jako...

- zcela negativní
- spíše negativní
- ani tak, ani onak
- spíše pozitivní
- zcela pozitivní

3. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseriózní
- spíše neseriózní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

4. Do jaké míry je pro Vás tento výrok přijatelný?

- zcela nepřijatelný
- spíše nepřijatelný
- ani tak, ani onak
- spíše přijatelný
- zcela přijatelný

Věk: \_\_\_\_\_

Mateřský jazyk: \_\_\_\_\_

Pohlaví: \_\_\_\_\_

Na základě svého subjektivního hodnocení seřadte prosím následující politické strany od nejlepší k nejhorší (1-9).

Strany:

- Česká pirátská strana
- ČSSD
- DSSS
- ODS
- KDU-ČSL
- KSČM
- Strana zelených
- TOP 09
- Věci veřejné

## Appendix 2: Dotazníky B, C, D

[Jméno jednoho z politiků:]

„Nechápu, jak si někdo vůbec může dovolit kritizovat naše politické výhody. Pravděpodobně si ani v nejmenším nedokáže představit práci politika a každodenní strasti, které jsou s touto funkcí spojeny.“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseriózní
- spíše neseriózní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

[Jméno jednoho z politiků:]

„Co o mé osobě otiskují noviny, mě už dávno nezajímá. Přes den, když sedím v parlamentu, jsem politik, veřejný činitel. Ale zprávy o tom, jak se bavím večer, do jakých podniků jdu a kolik času v nich trávím, jsou naprosto neregulární. Každý má právo na soukromí!“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

[Jméno jednoho z politiků:]

„Celková hodnota mého majetku nemusí nikoho zajímat. Já taky nezastavuju občany na ulici a neptám se jich, kolik mají peněz na účtu nebo kolik mají doma televizí.“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

[Jméno jednoho z politiků:]

„Je nad slunce jasné, že jednání tohoto druhu nemají smysl. My jsme již několik ústupků udělali, teď jsou zase na řadě oni. Jak jsme ukázali, naše strana je schopna kompromisu. Ale nikdo nemůže očekávat, že zcela převrátíme svůj volební program!“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

[Jméno jednoho z politiků:]

„Korupce se v poslední době v České republice rozrůstá. Musíme proti tomu tvrdě zakročit. Není možné, aby se u nás beztrestně uplácelo.“

1. S tímto výrokiem...

- zcela nesouhlasím
- spíše nesouhlasím
- ani tak, ani onak
- spíše souhlasím
- zcela souhlasím

2. Do jaké míry je pro Vás tento výrok seriózní?

- zcela neseřízní
- spíše neseřízní
- ani tak, ani onak
- spíše seriózní
- zcela seriózní

Věk: \_\_\_\_\_

Mateřský jazyk: \_\_\_\_\_

Pohlaví: \_\_\_\_\_

Na základě svého subjektivního hodnocení seřadte prosím následující politické strany od nejlepších k nejhorším (1-9).

Strany:

- Česká pirátská strana
- ČSSD
- DSSS
- ODS
- KDU-ČSL
- KSČM
- Strana zelených
- TOP 09
- Věci veřejné



**SOÚ**  
Sociologický ústav AV ČR, v.v.i.

