

Vysoká škola ekonomická v Praze

FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ

Obor: Politologie



BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Volební chování Čechů:

Případová studie volebního chování českých voličů od roku 2000

Vypracovala: Natálie Kopáčová

Vedoucí: Ing. Petr Vymětal, Ph.D.

2014

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci vypracovala samostatně. Veškeré použité podklady, ze kterých jsem čerpala informace, jsou uvedeny v seznamu použité literatury a citovány podle příslušné normy.

V Praze dne den 20. 5. 2014

.....

Poděkování

Ráda bych poděkovala panu doktoru Petru Vymětalovi za vedení práce, připomínky, cenné rady a vstřícnost v průběhu vypracovávání této bakalářské práce.

Abstrakt

Bakalářská práce se zaměřuje na definování sociálních, ekonomických a politologických faktorů, ovlivňujících volební chování a specifikaci jejich významnosti z pohledu voliče. Cílem práce je analýza faktorů volebního chování voličů od roku 2000 v České republice a také téma volební neúčasti a důvody, které ji zapříčiňují.

První dvě části bakalářské práce se zabývají vědeckými teoriemi a poznatky o faktorech, majících vliv na chování voličů a volební účast. Třetí část práce je ryze praktická, neboť analyzuje vlivy, působící na volební chování českých voličů.

Klíčová slova:

Volební chování, volební účast, český volič

Abstract

The bachelor thesis focuses on the definition of social, economic and political factors, which affect the voting behaviour and its significance from voter's point of view. The aim of the thesis is to analyse the voting behaviour of voters in the Czech Republic from 2000 as well as to cover the topic of voter absence and reasons for that.

The first two parts of the work are dealing with scientific theories and findings about factors that have an impact on voter's behaviour and voter turnout. The third part is strictly practical, as it analyses the influences affecting the behaviour of Czech voters.

Key words:

Voting behaviour, election turnout, Czech voter

Obsah

Úvod	1
1. Teorie zakotvující volební chování.....	3
1.1. Teorie zdůrazňující ekonomické faktory	3
1.1.1. Public choice	3
1.1.2. Politické procesy jako tržní vztahy	5
1.1.3. Náklady ošoupaných podrážek	6
1.2. Individuální, nebo kolektivní rozhodování?	6
1.2.1. Individuální volba	6
1.2.2. Logika kolektivního jednání	8
1.2.3. Racionální rozhodování v podmínkách nejistoty	9
1.3. Politologické teorie ovlivňující volební chování	10
1.3.1. Racionální neznalost a iracionalita voličů	10
1.3.2. Teorie her	12
1.3.3. Role paměti	14
1.4. Moderní teorie ovlivňování volebního chování.....	15
1.4.1. Role médií	15
1.4.2. Image politického kandidáta	17
1.4.3. Ostatní faktory.....	18
2. Faktory ovlivňující účast ve volbách.....	20
2.1. Socioekonomické a postojevé charakteristiky jedinců	20
2.2. Valenční teorie	22
2.3. Nevoliči kvůli okolnostem	23
2.4. Vliv volební kampaně	25
3. Volební chování českých voličů od roku 2000.....	28
3.1. Legitimita demokracie a politická spokojenost	28
3.2. České stranictví	30
3.2.1. Historie českého stranictví	30
3.2.2. Stranická identifikace českých voličů.....	31
3.2.3. Stranická příslušnost na základě socioekonomických charakteristik	34
3.3. Volební účast	36
3.4. Faktory ovlivňující volební chování Čechů	39
3.4.1. Nevoliči kvůli okolnostem a dobrovolní nevoliči	39
3.4.2. Valenční teorie	41
3.4.3. Vliv volební kampaně	45
Závěr.....	50
Použitá literatura	52
Přílohy	58

Seznam tabulek

Tabulka 1. Condorcetův paradox	7
Tabulka 2. Strategie minimax	9
Tabulka 3. Volební účast podle vzdělání 2002-2010 (v %).....	37
Tabulka 4. Volební účast podle příjmu domácnosti 2002-2010 (v %).....	38
Tabulka 5. Volební účast podle třídní pozice 2002-2010 (v %)	38
Tabulka 6. Důvody volební neúčasti jako podíly mezi nevoliči (v %)	40
Tabulka 7. Postoje voličů ke straně, které by dali hlas ve volbách (v %)	43
Tabulka 8. Důvody volby z hlediska jednotlivých voličských táborů (v %).....	44
Tabulka 9. Zájem o různé typy předvolební agitace (2006)	46
Tabulka 10. Názory na informovanost (2006).....	46
Tabulka 11. Názory na vliv volební kampaně na rozhodování voličů	47
Tabulka 12. Kde byla volební kampaň zaznamenána (v %).....	48
Tabulka 13. Kde byla volební kampaň zaznamenána (v %).....	49

Seznam grafů

Graf 1. Vztah voličů k preferované straně (říjen 2004)	34
--	----

Úvod

Jedním ze základních kamenů demokracie je možnost projevu vůle lidu prostřednictvím svobodných voleb.¹ Na základě jejich preferencí a odevzdaných hlasů pro konkrétní subjekty je následně tvořena vláda. „*Demokracie se tak stává především samosprávou autonomních osobností.*“² Logicky zde vyvstává otázka, jaké motivy vedou tyto osobnosti k daným rozhodnutím a odkud se berou. Jsou preference vrozené, nebo si je každý volič utváří v průběhu svého života? „*Je zcela zřejmé, že volební událost nelze izolovat od celého řetězce, ve kterém probíhá proces formování názorů*“³ a volební preference tak nejsou tvořeny v nezájatém prostředí.

Přestože moderní politologická věda se problematikou volebního chování zabývá již dlouhá léta v České republice se toto téma těší spíše malé pozornosti. Naši politologové se více zabývají výsledky voleb a jejich dopady na politický systém. Porovnávají volební preference v časovém horizontu, přičemž pohled voliče na konkrétní akt voleb a důvod jeho výběru zůstává stranou.

Cílem mé práce je analýza faktorů ovlivňujících volební chování českých voličů, kterou demonstruji na událostech posledního desetiletí. Za hlavní otázku jsem si proto stanovila „*Jaké faktory ovlivňují volební chování českých voličů?*“. V průběhu práce se dále budu věnovat problematice volební neúčasti, na jejímž základě se pokusím zodpovědět podotázku, která zní „*Co ovlivňuje volební neúčast Čechů?*“

Práce bude rozdělena na dvě části, teoretickou a praktickou. V teoretické části, odražené v prvních dvou kapitolách, se budu věnovat již zmíněným teoriím, které se následně pokusím aplikovat v praktické části ve třetí kapitole při zkoumání volebního chování a voličské základny českých voličů posledních let.

Metody, které ve své práci budu využívat, jsou především metoda popisná, jež bude dominovat v části objasňující teorie, které ovlivňují volební chování. Dále využiji i analýzu, na jejímž základě stanovím volební účast a faktory, mající vliv na české voliče.

¹ KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004.

² KREJČÍ, Oskar. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006, 481 s.

³ KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, s. 38.

V bakalářské práci budu vycházet především ze sociologických výzkumů a studií CVVM od roku 2000. Ty dále doplním o základní literaturu, týkající se volebního chování, a odborné články, zpracovávající moderní pohled na tuto problematiku.

1. Teorie zakotvující volební chování

Téma volebního chování spojujeme se vznikem takzvané chicagské školy z 20. let 20. století,⁴ kdy se objektem výzkumu v politologii stává jedinec či skupina jedinců a jejich chování. Po druhé světové válce se poté rozvinul nový přístup politické vědy, behaviorismus, jenž se zabýval postoji a hodnotami jednotlivců, kteří se voleb účastní.⁵

Při zkoumání volebního chování je třeba brát v patrnost, že jde o komplexní fenomén, k jehož vysvětlení je třeba vzít v úvahu mnoho relevantních a často protichůdných teorií a faktů. V první kapitole své práce proto vytyčím nejdůležitější teorie z oblasti ekonomie, sociologie a politologie, které jsou věnované tomuto tématu a zmíním jejich nejvýznamnější představitele.

1.1. Teorie zdůrazňující ekonomické faktory

Jedním z úhlů, pomocí kterého lze na problematiku volebního chování nahlížet je prostřednictvím ekonomie. Užití ekonomických metod umožnilo řadě ekonomů vidět politologii v novém světle a objasnit tak další faktory, které mají vliv na volební chování.

1.1.1. Public choice

Vznik školy veřejné volby lze datovat zhruba do poloviny 20. století, kdy poprvé docházelo ke zkoumání politických problémů za pomoci ekonomických teorií. Spojujeme ho se jmény Anthonyho Downse (*1930), Kennetha Josepha Arrowa (*1921), Jamese Buchanana (1919-2013), Gordona Tullocka (*1922) a Mancura Olsona (1932-1998), kteří svým odlišným nahlížením na politické chování a rozhodování dali vzniku škole, jež zaujala významné místo v moderním ekonomickém myšlení.⁶

Podstatou teorie veřejné volby je předpoklad, že politické rozhodování je podřízeno stejným ekonomickým zákonům jako chování jednotlivců na trhu. Slovy Anthonyho Downse: „*Strany nevyhrávají volby, aby formulovaly své politické programy, nýbrž formulují své*

⁴ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s.

⁵ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, s. 98.

⁶ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s.

*politické programy, aby vyhrály volby...*⁷ Základním kamenem této teorie je tedy egoismus jednotlivců, navazující na myšlenky politických filozofů jako byl Thomas Hobbes (1588-1679), Benedict Spinoza (1632-1677), Alexis de Tocqueville (1805-1859) a mnoho dalších.⁸

Původním zaměřením školy veřejné volby byly veřejné finance. V 80. letech však tuto oblast přesáhla a vytvořila řadu teorií, mezi které patří například racionální ignorance, jež spočívá v zanedbatelném pocitu voliče ovlivnit veřejnou situaci. Jádrem teorie vychází z efektu krátkozrakosti, neboli problému rozpoznat efekt politických činů v dlouhodobém horizontu a vždy hodnotit pouze na základě stávající hospodářské situace. Nechá se rovněž snadno ovlivnit politickým kandidátem, který slibuje neslučitelné sliby (tzn. slibuje uskutečnit parciální zájmy) více skupinám občanů. Teorie veřejné volby se dále zabývala kupováním voličů prostřednictvím veřejných financí (výdajů ze státního rozpočtu) a s tím souvisejícím efektem politického cyklu, neboli politikou nárůstu výdajů ze státního rozpočtu před volbami a naopak omezováním výdajů po volbách. Dále například modelem středového voliče nastiňujícím ideologické přibližování stran v důsledku úprav volebních programů ve snaze získat více hlasů a mnoha dalšími teoriemi.⁹

Škola veřejné volby vnesla do ekonomie nový pohled na úlohu státu a hospodářské politiky, neboť jejím cílem se stala snaha objasnit individuální zájmy a motivace politiků a byrokratů včetně jejich vlivu na společnost. Sloučila ekonomickou analýzu s politickou a rozšířila tak model ekonomického chování člověka.¹⁰

⁷ DOWNS, Anthony. *An economic theory of democracy*. Renewed 1985. Boston: Addison-Wesley, c1957, s.28.

⁸ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s.

⁹ Tamtéž.

¹⁰ TURNOVEC, František. *Public choice: models, methods and applications*. 1st ed. Prague: Karolinum, 2003, 185 s.

1.1.2. Politické procesy jako tržní vztahy

Jméno Anthony Downs je v politologické vědě spjato s konceptem ekonomické racionality, jež byl popsán v knize „*Ekonomická teorie demokracie*“¹¹ z roku 1957. Autor v tomto svém díle využíval model racionálního výběru při studiu volebního chování a problematiky soutěže politických stran. Jeho teorie spočívala v předpokladu, že chování jedinců v politické a ekonomické sféře je identické a lze ho tím pádem analyzovat pomocí metod zkoumajících ekonomické jevy.

Podle Anthonyho Downse se společnost dělí na „řídící“ a „řízenou“. Za cíl společnosti řídící za předpokladu racionálního jednání považuje Downs maximalizaci zisků ve volbách. Má tím na mysli jakékoliv aktivity, které zvýší šance na vítězství a umožní tak pobyt či setrvání u moci. Patří mezi ně například přizpůsobování politického programu zájmům a postojům voličů. Na druhou stranu skupina řízená usiluje o maximalizaci osobního zisku prostřednictvím volby, která jim přinese největší zisk se současným co nejmenším vynaložením nákladů. Downs hovoří o tak zvaném stranickém diferenciálu, který označuje rozdíl mezi ziskem ze současné a budoucí vlády. Pojednává i o nákladech na informace, o jejichž minimalizaci se mají postarat masmédia.¹² Podstatou Downsovy teorie tedy je předpoklad, že „*racionální aktér se chová tak, aby maximalizoval výstup z daného vstupu, resp. minimalizoval vstup, jenž odpovídá danému výstupu.*“¹³

I přes výraznou kritiku se Anthony Downs a jeho ekonomická teorie racionality stala impulsem mnoha empirických výzkumů v 70. letech zejména v USA a Velké Británii a rapidně zvýšila pozornost politologů věnovanou problematice volebního chování a voleb obecně.¹⁴

¹¹ DOWNS, Anthony. *An economic theory of democracy*. Renewed 1985. Boston: Addison-Wesley, c1957, x, 310 s.

¹² Tamtéž.

¹³ Tamtéž.

¹⁴ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s.

1.1.3. Náklady ošoupaných podrážek

Dalším ekonomickým faktorem, který se podílí na ovlivňování chování voličů, jsou tak zvané náklady ošoupaných podrážek. Tento pojem pochází z ekonomie a označuje časový náklad v podobě častého chození do banky ve snaze mít co nejvíce peněz v úročené formě. V politologii tím máme na mysli náklady, které musí volič během cesty za svou volbou vhodného kandidáta obětovat. Tyto náklady mají často pro voliče takový význam, že se raději voleb zdrží a rozhodne se zůstat doma.

Mnoho zemí proto zvolilo jinou cestu v podobě hlasování přes internet. Tento současný trend byl zaveden ve snaze zvýšit míru přístupnosti voličů k volbám, usnadnit jim odevzdávání hlasů a zvýšit s tím související volební účast. Je však třeba vzít v potaz, že vzdálenost do volební místnosti a s tím spojené náklady nejsou jediným faktorem, který volební účast ovlivňuje (viz 2. kapitola).

1.2. Individuální, nebo kolektivní rozhodování?

Chování a jednání lidí při volbách je dále ovlivňováno charakterem volby. Důležitou roli zde hraje otázka, zda jde o individuální či kolektivní volbu a s tím spojený způsob přenosu preferencí individuí, nebo skupin.

1.2.1. Individuální volba

Tématem přenosu individuální volby v rámci skupiny se nejvíce zabýval jeden z nejvýznamnějších představitelů neoklasické ekonomie, Američan Kenneth Joseph Arrow. Ve svém díle *„Společenský výběr a individuální hodnoty“*¹⁵ z roku 1951 si pokládal otázku, *„zda lze nalézt společensky nejvýhodnější rozhodnutí, které by odpovídalo racionálnímu jednání jednotlivců.“* Došel k závěru, že každé kolektivní rozhodnutí v politice, kdy se jedinci snaží maximalizovat svůj užitek, je ovlivněno problémem tak zvaných cyklických většin (Condorcetův paradox), což zapříčiňuje, že v kolektivu tří a více lidí nelze

¹⁵ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, s. 98.

plnohodnotně přenést preference individuí. Možnost efektivního sloučení preferencí Arrow vyloučil i v případě většinového principu, který je považován za nejdemokratičtější.¹⁶

Condorcetův paradox demonstrují na následující Tabulce 1.

Tabulka 1: Condorcetův paradox

Voliči	1.preference	2.preference	3.preference
X	A	B	C
Y	C	A	B
Z	B	C	A

Zdroj: ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000 Původně v Ordeshook 1992, str.24-25

Tabulku 1 lze interpretovat tímto způsobem:

- 1) Voliči X a Y dávají přednost A před B, tudíž A je vítězná preference.
- 2) Voliči X a Z dávají přednost B před C, tudíž B je vítězná preference binární dvojice B a C.
- 3) Voliči Y a Z dávají přednost C před A, tudíž C je vítězná preference binární dvojice C a A.

Výsledkem uplatnění většinového principu je závěr, že A je lepší než B, B je lepší než C, avšak C je lepší než A. Žádné řešení tím pádem není tím nejlepším, jelikož každé ze zmíněných rozhodnutí může být přehlasováno rozhodnutím jiným. Condorcetův paradox tak vytváří sled nekonečných preferencí, které mohou být následně poraženy, čímž ukazuje, že v kolektivu tří a více jednotlivců není rozhodování vůbec snadné, neboť výsledek demokratického rozhodování je vždy pro někoho nespravedlivý a neodpovídá logickému očekávání.¹⁷

¹⁶ ARROW, Kenneth Joseph. *Social choice and individual values*. 2nd ed. Hew Haven: Yale University Press, 1963, xi, 124 s.

¹⁷ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, s. 98.

Arrowův teorém byl i přes rozpor s v té době významnou teorií blahobytu v roce 1972 oceněn Nobelovou cenou a stimuloval mnoho ekonomů, kteří se zabývali funkcí společenské volby či společenského blahobytu.¹⁸

1.2.2. Logika kolektivního jednání

Logika kolektivního jednání si klade za cíl zjistit, jak nejlépe agregovat jednotlivé preference ve skupině a k jakému cíli agregovaná rozhodnutí směřovat. Zjevným problémem je zde velikost skupiny, nesnadné odhalování individuálních preferencí a stanovení pravidel volby.¹⁹

Významným představitelem této problematiky je Mancur Olson, který se ve své knize „*Logika kolektivní akce*“²⁰ ze 60. let 20.století pokusil odůvodnit tezi různorodosti odrazu preferencí jednotlivce na kolektivní akci. Autor zastává stanovisko, že ne všechny kolektivní akce prováděné racionálními jedinci mají pro všechny své účastníky stejný výsledek. Jeho cílem bylo rovněž zjistit, proč se jedinci v životě nechovají racionálně. Došel k závěru, že důvodem je mizivé přesvědčení jednotlivců o jejich vlastní schopnosti ovlivnit výsledek kolektivní akce.²¹

Své bádání dále Mancur Olson konkretizoval na otázku velikosti skupin. Podle jeho teorie je převod individuálních preferencí ve velkých skupinách málo viditelný, neboť participace je nejasná a výsledky jsou přerozdělovány všem.²²

¹⁸ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, xxv, 539 s.

¹⁹ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

²⁰ OLSON, Mancur. *The logic of collective action: public goods and the theory of groups*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, c1971, x, 186 s. Harvard economic studies, Vol. CXXIV.

²¹ Tamtéž.

²² Tamtéž.

1.2.3. Racionální rozhodování v podmínkách nejistoty

„Rozhodování za podmínek nejistoty je tou nejběžnější situací, na niž každý aktér trvale naráží.“²³ Mezi autory, kteří se tomuto tématu věnovali můžeme zařadit například Roberta Dahla (1915-2014) a Charlese Lindbloma (*1917) a jejich práci „Politika, ekonomie a blahobyt“²⁴ z padesátých let 20. století. V rámci konceptu racionality došli k názoru, že volič v podmínkách nejistoty má tendenci snížit riziko největší možné ztráty na minimum. Cílem je tedy uspořádat alternativy podle nejhorších možných výsledků a následně vybírat nejmenší zlo. Jinými slovy nesnažit se získat co nejvíce, nýbrž co nejméně riskovat. Tato teorie bývá označována za strategii minimax.

Tabulka 2: Strategie minimax

Rozhodnutí	Okolnost 1	Okolnost 2	Okolnost 3
R1	-7	8	12
R2	-8	7	14
R3	5	6	8

Zdroj: ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000

Okolnosti ve výše uvedené tabulce označují situace, které mohou, ale také nemusí, nastat, přičemž rozhodující se osoba tyto okolnosti nemůže ovlivnit. Jde o situace nejistoty, v nichž se jedinci rozhodují. Například rozhodnutí R2 přinese nejvyšší zisk jen za předpokladu nastání okolnosti číslo O3. Rozhodnutí R1 také nepřináší jednoznačný zisk, avšak ani ztrátu. Nejlepším možným rozhodnutím v tomto případě je R3, jelikož představuje nejmenší možnou ztrátu za všech uvedených okolností.²⁵

Teorii minimaxu dále rozvíjel John Rawls (1921-2002). Tento politický filozof se zabýval utvářením spravedlivé společnosti za předpokladu nevědomosti smluvních stran. Jeho úvaha je v podstatě rozhodování za nejistoty velmi podobná. Jednotlivce vnímá jako osobu

²³ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000. s. 101.

²⁴ DAHL, Robert A, Charles E. LINDBLOM. *Politics economics and welfare: planning and politico-economic systems resolved into basic social processes*. 1st ed. New York: Harper Torchbooks, 1963, 557 s.

²⁵ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

s určitým souborem preferencí, mezi nimiž si vybírá na základě požadavku splnění co nejvíce svých přání a podle vyhlídek na úspěšnost. Zaměřuje se tak na nejlepší možnou alternativu, na jejímž základě řídí své jednání. Tato Rawlsova teorie je však podle samotného autora čistě zásadou, kterou nelze uplatnit v každém případě.²⁶

1.3. Politologické teorie ovlivňující volební chování

Posledním pohledem na zkoumání problematiky volebního chování, který zde uvedu je samotná politická věda. Mezi její nejvýznamnější příspěvky k problematice volebního chování patří beze sporu rozšíření teorie her a iracionalita voličů, které se staly základem pro mnoho dalších studií a teorií.

1.3.1. Racionální neznalost a iracionalita voličů

Teorie racionální volby vysvětluje politické rozhodnutí a věnuje se procesu rozhodování v demokraciích, přičemž používá ke své interpretaci ekonomické a matematické metody, respektive teorii her. Poprvé se s ní setkáváme na přelomu 18. a 19. století, a za jejího nejznámějšího představitele lze mimo jiné označit například Anthonyho Downse, Jamese Buchanana a Gordona Tullocka. Tento směr, který navázal na behaviorální přístup, i přes častou kritiku ovlivnil mnohé poválečné teoretické úvahy a empirické výzkumy nejen v politologii, ale také ekonomii.²⁷

Existují dvě pojetí racionality. Zaprvé jde o racionalitu prostředků, vedoucí ke zvolenému cíli a za druhé racionalitu cílů. Zatímco filozofie se zabývá racionalitou cílů, neboli výsledky lidského snažení a úvahami o smyslu politiky, politologie spíše tíhne k racionalitě prostředků, přičemž za racionální je považována ona určitá forma chování, pomocí které hráč dosahuje co nejlepších výsledků s vynaložením co nejnižších nákladů. Zatímco racionalita prostředků se velice snadno empiricky dokazuje, racionalita cílů již tak jasná není.²⁸

²⁶ RAWLS, John. *A theory of justice*. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press, 1976, 607 s.

²⁷ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

²⁸ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

Již Joseph Schumpeter (1883-1950) a Paul Lazarsfeld (1901-1976) hovořili o voličích jako o „*primitivních, mimoracionálních a lhostejných lidech*.“²⁹ Podle Lazarsfelda existuje racionální volič jen „*v materiálech předvolebních kampaní, v příručkách občanské výchovy, v kině a v mozku několika idealistů*.“³⁰ Rozlišujeme zde rozdíl mezi názorem a poznáním. Veřejné mínění v současnosti disponuje pouze informacemi a názorem, nikoliv však poznáním. To je podmíněno větším zapojením do děje a tím pádem i menšími sklony k manipulovatelnosti médií. Giovanni Sartori (*1924) však tvrdil, že ani hledání informací nezabraňuje kognitivní slepotě.³¹

Další poznatky k teorii racionální volby přinesl koncem 90. let Robert Dahl (1915-2014). Ten zdůraznil primitivní nahlížení na politické dění, pramenící z téměř neexistující politické aktivity, mizivé snahy intelektuálního poznání a problematického vyhodnocení, co je pro jedince vlastně dobré.³²

Další kritiky veřejného mínění poukazovaly na jeho současnou autonomní podobu pozbývající charakter nezávislé racionální diskuse a kritické konfrontaci názorů. Například podle Waltera Lippmana se lidé rozhodují na základě fixovaných zvyků a stereotypů, které vytváří sama společnost.³³

Častými kritiky teorie racionální volby bývají paradoxně ti, kteří je ve svých pracích využívali. Patří mezi ně například William Harrison Riker (1920-1993), který demonstruje problematiku teorie na destabilizaci způsobené politiky vsunutím nového nečekaného tématu.³⁴

Největší kritika však reaguje na vnímání politické sféry jako sféry řídící se ekonomickým konceptem racionality. Mnoho politologů považuje tento koncept za zjednodušený a příliš vzdálený realitě. Údajně dochází pouze k vysvětlení jevů a procesů, jejichž vysvětlení pramení z jiných metodologických postupů. Z tohoto důvodu jsou výše zmíněné teorie málo uplatňovány v různých rozborech. Příkladem pro onu skepsi je například Michel Crozier

²⁹ KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, s. 45.

³⁰ LAZARSFELD, Paul F., BERELSON, Bernard. *The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. 3d ed. New York: Columbia University Press, 1968.

³¹ SARTORI, Giovanni. *Teória demokracie*. Bratislava: Archa, 1993.

³² KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, 262 s.

³³ Tamtéž.

³⁴ RIKER, William H. *Liberalism against populism: a confrontation between the theory of democracy and the theory of social change*. Reissued. Illinois: Waveland Press, 1982.

(1922-2013), který apeluje na potřebu empirických výzkumů k dané tématice, jež by dokázala spojitost strategie jednotlivce s jeho racionalitou. Narážíme zde rovněž na problém, že konkrétní aktéři mají jen málokdy přesně stanovené síle, jichž chtějí dosáhnout a často je mění.³⁵

Výrazné kritice čelí koncept racionální volby rovněž v řadách sociologů. Ti odmítají ztotožnění pojmu individuum a sociální aktér. Kritizují rovněž abstrahování teorie od ostatních členů a jejich vnímání jako sociálních atomů.³⁶

1.3.2. Teorie her

Teorie her datuje své počátky do 40. let 20. století³⁷ a pojí se se jmény John von Neumann (1903-1957) a Oskar Morgenstern (1902-1977). Jejich dílo „*Teorie her a ekonomické chování*“³⁸ obsahovalo ekonomický model, jenž byl v následujících letech doplněn o teorii komunikace a zajistil tak velký zájem o tuto problematiku v poválečné době.³⁹

Obecně jde o disciplínu aplikované matematiky v politické vědě, snažící se analyzovat situace, ve kterých dochází ke střetu zájmů. Na základě toho pak vytvořit obecné pravidlo a vytyčit možné strategie pro řešení podobných konfliktů v budoucnosti. Politiku lze následně vnímat jako hru, která má jasná pravidla a jejíž aktéři se chovají předvídatelně. Mají jasné stanovené výsledné zisky, případné ztráty a jejich chování není ovlivňováno vnějším prostředím. Důležitým ovlivňujícím faktorem je zde chování protihráče a nedostatečné informace, které vytváří podmínky nejistoty.⁴⁰

Pojem hráči označuje politické aktéry, kteří se ve svém rozhodování řídí jen snahou zvítězit, resp. prohrát co nejméně, přičemž teorie her nebere v potaz jejich charakteristiky, kterými jsou například ideologie, kulturní vzorce, hodnoty, zájmy apod. Hráči si volí svou strategii, která je výsledkem vzájemného vztahu, neboli propojenost reakcí. V opačném případě jde o rozhodování v podmínkách nejistoty. Na základě problému kolektivního rozhodování počítá

³⁵ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

³⁶ Tamtéž.

³⁷ Tamtéž.

³⁸ HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, 539 s.

³⁹ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

⁴⁰ DLOUHÝ, Martin. *Úvod do teorie her*. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2009, 119 s.

teorie her s možností, že nejlepší možný výsledek hry neodpovídá nejlepšímu možnému výsledku, kterého lze v daném případě dosáhnout, jelikož je výsledek závislý na rozhodování ostatních.⁴¹

Dalším pojmem, který v rámci teorie her stojí za zmínku je tranzitivita. Tento výraz pochází z karetních her a udává jakou hodnotu má ta která karta, čímž určuje vztahy mezi všemi kartami navzájem. V politice však není tranzitivnost zcela jednoznačná, jelikož zde nelze najít kartu s nejvyšší hodnotou. Důvodem je například systém brzd a protiváh, který jednotlivé pravomoci vzájemně omezuje a nedává tak nikomu jednoznačnou výhodu (tzv. intranzitivnost).⁴²

Teorie her mezi hráči klasifikuje tři druhy vztahů. Nejběžnějším typem takzvaný **vztah čistého konfliktu**. Vyznačuje se soupeřením hráčů s jasně vymezenými cíli a jeho výsledkem je hra s nulovým součtem. William Harrison Riker (1920-1993) tím označuje situaci, kdy se „*zisk jednoho z hráčů rovná ztrátě druhého*.“⁴³ Ne vždy je však výsledek tak jednoznačný a je třeba říci, že v politických situacích se s tím téměř nesetkáme. Příkladem však mohou být jednokolové volby, které jsou využívány například v dolní komoře britského parlamentu.⁴⁴ Platí zde, že „*kdo jinému dopomáhá k uchopení moci, sám sobě podřezává větev, na níž sedí*.“⁴⁵

Druhým příkladem vztahů je **smíšený vztah konfliktu a spolupráce**, který neústí v absolutního vítěze, ani v absolutního poraženého. Cestou společné komunikace a strategie dojdou hráči k lepšímu výsledku a proto jsou tyto hry zahrnuty pod výraz hry s nenulovým součtem. Tento vztah lze dále členit na hry pozitivní a negativní, kdy v případě pozitivních vztahů si polepší oba hráči a v případě negativních si naopak oba pohorší. Je zde rovněž možné dosáhnout výsledku, kdy jeden z hráčů částečně ztrácí a druhý částečně získává. Příkladem smíšených vztahů jsou volby do českého Senátu, kde nepřilíš úspěšné strany z prvního kola „*podporují úspěšnější stranické kandidáty ze spřízněných stran*.“⁴⁶

⁴¹ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

⁴² Tamtéž.

⁴³ RIKER, William H. *The theory of political coalitions*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1984c1962, xii, 300 p.

⁴⁴ Tamtéž.

⁴⁵ MACHIAVELLI, Niccolò. *Vladař*. Vyd. v tomto překladu 2., V Argu 1. Překlad Adolf Felix. Praha: Argo, 2012, s. 25.

⁴⁶ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1.vyd. Praha: Portál, 2000, s. 112.

Třetím typem jsou **vztahy čisté spolupráce**, při nichž lze prostřednictvím jednotlivých tahů ověřovat zájmy a cíle jednotlivce. Hráči se časem dopracují ke shodě zájmů a tím pádem pozitivnímu typu hry s nenulovým součtem.⁴⁷

V 80. letech si George Tsebelis (*1952) položil otázku, proč někteří aktéři volí jinou než pro ně optimální možnost. Došel k závěru, že aktér je buď neracionální, jedná mylně, nebo se ve svém odhadu mylí pozorovatel. S variantou, ve které aktér jedná mylně a snaží se své kroky následně napravit se setkáváme v politické praxi velice často. Nejreálnějším řešením pro Tsebelise však byla třetí možnost, ve které pozorovatel nedokáže odhadnout, která varianta je pro aktéra optimální. Rozvíjí zde myšlenku, že aktér sehrává více her najednou, které jsou na sobě závislé a ovlivňují tak aktérovo rozhodnutí. Příkladem zde může být milující manžel, který volí danou stranu jen na základě sympatií, které k ní chová jeho žena. Hovoříme zde o konceptu herních sad, které tedy vysvětlují činy na základě vazeb k jiným hrám. V důsledku toho byly do politologie zavedeny pojmy hlavní a vedlejší hra.⁴⁸

Pojem teorie her je typický pro americký kontinent a u nás se shledává spíše s kritikou, neboť příliš zjednodušuje chování politických aktérů a je obecně špatně aplikovatelná na politické situace. Pro objasnění politických dějů je nutné vzít v potaz poznatky z jiných disciplín, kterými jsou například psychologie, kultura, náboženství a historie. Dalším úskalím teorie je její nedostatečná vypovídací schopnost a schematická podoba, která ústí v zjednodušení reality.⁴⁹

1.3.3. Role paměti

V rámci politologických faktorů ovlivňujících volební chování je třeba zmínit roli paměti. Schopnost uchovávat informace a zkušenosti z minulosti totiž často ovlivňuje volební chování voličů v současnosti. Korupční skandály jsou v České republice téměř na denním pořádku a nesou s sebou obrovská zklamání voličů v jejich politické idoly. V některých oblastech země jednotlivé strany zkazily svou pověst takovým způsobem, že se dá jen těžko

⁴⁷ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

⁴⁸ TSEBELIS, George. *Nested games: rational choice in comparative politics*. Berkeley: University of California Press, c1990, xiv, 274 s. California series on social choice and political economy (University of California Press).

⁴⁹ ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s.

odhadovat, zda se jim někdy podaří návrat na výsluní politických křesel.⁵⁰ Z výsledků voleb za poslední roky však lze říci, že čeští voliči rychle zapomínají a odpouštějí. Obrovská snaha svrhnout komunistickou stranu dnes jako kdyby upadla v zapomnění, neboť pokračující straně se opakovaně daří dosahovat desítky procent hlasů ve volbách.

K využívání krátké paměti voličů dále dochází v případě racionálního chování vlády. Ta ve snaze maximalizace svého zisku před volbami realizuje líbivou politiku, načež po volbách provádí řadu nepopulárních opatření.⁵¹

1.4. Moderní teorie ovlivňování volebního chování

Kromě klasických teorií ovlivňujících volební chování je třeba zmínit i moderní teorie, jež v současné době přispívají k objasňování chování voličů. Jedná se především o výdobytky moderní techniky, mezi které patří televize, rádio a internet. Díky jejich širokému rozsahu uživatelů je možné oslovit mnoho příjemců současně a tvořit názory, které následně přejímají celé masy obyvatel.

1.4.1. Role médií

V současné době hrají média stále důležitější roli prostředníka mezi občany a institucemi. Poskytují určitou formu sociální kontroly nad státem, zprostředkovávají politické dění a pomáhají tak voliči utvářet jeho mínění o veřejném prostoru. Současně slouží k vyjádření názoru laické veřejnosti, politiků, policie a jiných orgánů.⁵²

Problémem médií však zůstává, že jsou často jediným zdrojem informací veřejnosti a jejich tendence zviditelňování jen určitých událostí může mít na veřejnost silný dopad. Neboť události zprostředkovávají a následně mění ve zprávy za pomoci vybraných zpravodajských hodnot, mezi které patří například negativita, blízkost události, slavné osobnosti atd.⁵³ S jejich pomocí tak následně dochází k přidělování sociálního významu jednotlivým

⁵⁰ Mám na mysli například ODS v Libereckém kraji v návaznosti na korupční skandály z roku 2009, které byly spojené s konáním Mistrovství světa v klasickém lyžování

⁵¹ KLIKOVÁ, Christiana., KOTLÁN, Igor. *Hospodářská politika*. 3. vyd. Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2003, 293 s.

⁵² ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

⁵³ Tamtéž.

událostem, které Stuart Hall (1932-2014) nazývá konsenzuální povahou společnosti.⁵⁴ Obdobně se touto tématikou zabýval i Milan Kundera (*1929), který zavedl pojem imagologie, označující ovlivňování veřejného mínění.⁵⁵

S tím souvisí další problém, kterým je propaganda a stereotypní přejímání. Nesmíme zapomínat na názorové vůdce a primární skupiny, které citelně přispívají k tvoření názorů veřejnosti. Proces tvoření názorů podle Daniela Kunštáta (*1973) „*nevychází z lidu, ale prochází skrze něj*“⁵⁶ a média se tak stávají hlavními producenty veřejného diskurzu.⁵⁷ Současná podoba médií však ztrácí podobu veřejného mínění. Stává se pouze jistým propagačním místem, kde zájmové skupiny působí na masy prostřednictvím reklam, propagace a public relations.

Média společně s předvolební kampaní vytvářejí fiktivní sociální prostředí, které se přizpůsobuje apolitickým subjektům a snaží se je tak obrátit na svou stranu. Paradoxem zůstává fakt, že výsledky demokratických voleb jsou tvořeny právě těmito mediálními konzumenty.⁵⁸ Česká média byla podle Milana Šmída manipulací jednoho názorového proudu či jedné politické strany ušetřena avšak stále zde přetrvává jistá averze vůči médiím z dob komunismu. Obecně ve světě se můžeme setkat s globalizací a komercionalizací médií, kterých se často zmocňují velké korporace.⁵⁹

⁵⁴ HALL, Stuart. *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order*. London: Macmillan, 1978, xii, 425 p.

⁵⁵ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

⁵⁶ KUNŠTÁT, Daniel. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, s. 37.

⁵⁷ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

⁵⁸ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

⁵⁹ ŠMÍD, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. [Praha: Open Society Fund Praha, 2004, 25 l s.

1.4.2. Image politického kandidáta

Každý kandidát působí na voliče pomocí tří aspektů. V první řadě je to jeho politická příslušnost, dále pak jeho postoje vůči veřejným záležitostem a v neposlední řadě faktor image, kterému je v současnosti přisuzována největší váha.⁶⁰

Je nepopiratelným faktem, že kandidátův vzhled a vystupování má značný dopad na volební chování voličů. S tímto názorem se poprvé setkáváme v 70. letech, kdy Stanley Kelley (1927-2010) a Thad Mirer (*1945) začali zastávat názor, že determinantem pro voliče je hodnocení kandidáta jako celku.⁶¹ V 80. letech poté bylo zjištěno, že neverbální komunikace má na člověka mnohem větší vliv než komunikace verbální. Za zcela zásadní aspekty byl považován oční kontakt, postoj těla a interpersonální vzdálenost. Pomocí těchto faktorů lze dále usuzovat vlastnosti jako je vřelost, zodpovědnost, úzkost, dominance.⁶²

V politické vědě působí podle mnoha výzkumů samotná image kandidáta na voliče více, než jeho příslušnost ke straně, konkrétně lze hovořit o 60% váze.⁶³ Na rozdíl od stranické příslušnosti a veřejného vystupování je tento neverbální faktor stabilní, neboli v čase neměnný a má tak významný efekt na výsledky voleb. Většího významu nabývá ve chvíli, kdy je kandidát propagován pouze prostřednictvím fotografií.⁶⁴ I jedna fotografie vzbudí u voliče dojem z politického kandidáta a umožní tak hodnocení jeho povahy jak dokazuje Rosenbergova studie z roku 1986. Stejný kandidát však může budít různý dojem na různých fotografiích.⁶⁵

Na základě výše uvedeného tvrzení je logické položit otázku, zda je možné význam image zneužít. Odpověď je ano. Každý politický kandidát může být uzpůsoben veřejně uznávané image. Za osobnost s výraznou image lze považovat například Ronalda Raegana či Margaret Thatcherovou.⁶⁶

⁶⁰ ROSENBERG, Shawn W. a MCCAFFERTY. The Image and the Vote Manipulating Voters' Preferences. *The Public Opinion Quarterly* [online]. 1987, roč. 51, č. 1, s. 31-47 [cit. 2014-03-03].

⁶¹ KELLEY, Stanley a THAD MIRER. The act of voting. *American Political Science Review*. Washington, D.C.: American political science association, 1974.

⁶² ROSENBERG, Shawn, Patrick MCCAFFERTY, Kevin HARRIS a Lisa BOHAN. The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference. *American Journal of Political Science* [online]. 1986, 1., s. 108-127 [cit. 2014-01-08].

⁶³ Tamtéž.

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ ROSENBERG, Shawn W. a MCCAFFERTY. The Image and the Vote Manipulating Voters' Preferences. *The Public Opinion Quarterly* [online]. 1987, roč. 51, č. 1, s. 31-47 [cit. 2014-03-03].

⁶⁶ Tamtéž.

Trend image-makerů se v současnosti objevuje na celém světě. Cílem této aktivity je stylizovat politické aktéry do ideálu široké veřejnosti a zvýšit tak jejich šance na úspěšnost ve volbách, nebo jen sympatie v průběhu výkonu jejich funkce. Tato stylizace však ústí v neschopnost vidět kandidáta takového, jaký skutečně je a vede k upozadění jeho ideologického přesvědčení.⁶⁷

Problematikou vnímání image se v roce 1986 zabývaly Diane S. Berry a Leslie Zebrowitz-McArthur. Ve svém výzkumu autoři zjistili, že pozorovatel nadhodnocuje určité vjemy.⁶⁸ Další studie byly věnovány mimo jiné vnímání neverbální komunikace, kterou dle autorů udává sociální a kulturní zázemí, dále obličejové gestice či dopadu vzhledu na voliče. V posledním případě byla v roce 1987 Rosenbergem zjištěna ideální podoba image ve snaze zapůsobit na voliče.⁶⁹

1.4.3. Ostatní faktory

Obrovským fenoménem s výrazným vlivem na politické chování se v současnosti staly sociální sítě. Jejich prostřednictvím mohou strany představovat svůj program, seznamovat potenciální voliče s jejich předními představiteli a konat různé akce. Existence sociálních sítí s sebou nese řadu výhod, ale také nevýhod. Mezi jejich výhody patří například umožnění veřejné debaty na politická témata, ve kterých každý může přispět svou troškou do mlýna, případně se dozvědět něco nového. Tento fakt je nespornou výhodou a přispívá ke zvýšení kvality politického názoru. Současně voliče nutí jít k volbám, eventuálně se aktivně zapojit do politiky. Je však nutno předpokládat, že naše názory mohou být prostřednictvím sociálních sítí velmi snadno ovlivňovány. Další výhodou sociálních sítí je jejich rozptyl. Stránku konkrétní strany si může dohledat kdokoli a stát se jejím příznivcem bez nutnosti finančního příspěvku. Založení profilu je rovněž zadarmo a strany tak ušetří mnoho peněz na propagaci.

⁶⁷ ROSENBERG, Shawn W. a MCCAFFERTY. The Image and the Vote Manipulating Voters' Preferences. *The Public Opinion Quarterly* [online]. 1987, roč. 51, č. 1, s. 31-47 [cit. 2014-03-03].

⁶⁸ Mezi tyto vjemy patří například pohyb kandidáta, kvalita hlasu a vzhled jeho obličeje. Tzv. baby face má u voličů velký úspěch, neboť vyvolává dojem zranitelnosti a vřelosti.

⁶⁹ Důležitým ukazatelem jsou například oči. Jejich mírné zakřivení nahoru, nebo mandlový tvar působí pozitivně. Dále hrají roli vlasy a tvar obličeje. Obecně lepší výsledky mají kandidáti s kulatým, širokým obličejem a vlasy dozadu či do strany. Více pozitivně jsou hodnoceny rovněž postarší ženy. Vhodná volba jsou pro ně konzervativní formální šaty, šperky a samozřejmě široký úsměv. Hodí se jemné vzory látky, nejlépe bílá s černou barvou. Důležité je rovněž pozadí fotografie. Za nejvhodnější je považováno studio. Je nutné podotknout, že jednotlivé rysy působí na různé etnické skupiny a pohlaví jiným dojmem.

V politické vědě existují tři teorie Alana S. Zuckermana (1946-2010) o ovlivňování politického výběru sociálními sítěmi. První je předpoklad, že své názory necháváme ovlivňovat tak zvanými opinion leadery, které považujeme za vzdělané, přičemž čím vzdělanější tato osoba je, tím větší roli pro nás její názor hraje. Pro demokracii by tento jev měl být výhodný, protože přebíráme názory informovanějších, přesto je však třeba si uvědomit, že i oni jsou ovlivňováni názory pro ně chytřejších osob. Problémem rovněž může být zaujetí jednotlivců, kteří nám svůj názor sdělují. Obdobně na nás mají velký vliv názory našich přátel a často nás mohou zavést k okamžité změně názoru a lehkomyšlným shodám.⁷⁰ Tento jev, který se stal Zuckermanovou druhou teorií, lze jen těžko hodnotit.. Doporučování různých výrobků, či služeb je zcela běžné mezi přáteli a sousedy, tak proč by mělo být problémem sdílení politických názorů? Poslední Zuckermanovou teorií je sdílení často nesympatických názorů, které se na sociálních sítích podrobují určité kontrole. Dochází tak k přezkoumání všech variant a výběru té správné alternativy.⁷¹

Kromě výše zmíněných bylo v posledních letech problematice vlivu sociálních sítí na politické názory věnováno mnoho studií. Cílem zkoumání se v tomto případě staly politické diskuse. Výsledkem těchto studií bylo zjištění, že lidé mnohem raději diskutují s přáteli o politických tématech než aby sledovali veřejné debaty odborníků na stejná témata.⁷²

Jako konkrétní příklad efektivní reklamy na Facebooku je možné uvést Karla Schwarzenberga a jeho kandidaturu na post prezidenta České republiky. Studenti z celé republiky v roce 2013 založili stránku pro fanoušky tohoto kandidáta a prostřednictvím pořádání různých akcí, vytvoření propagačních materiálů apod. se jim podařilo zaujmout a zmobilizovat mnoho dalších příznivců.

⁷⁰ ZUCKERMAN, Alan S. *The social logic of politics: personal networks as contexts for political behavior*. Philadelphia: Temple University Press, 2005, xxii, 342 p.

⁷¹ Tamtéž.

⁷² RICHEY, Sean. The Autoregressive Influence of Social Network Political Knowledge on Voting Behaviour. *British Journal of Political Science* [online]. 2008, roč. 3, s. 527-542 [cit. 2014-01-04].

2. Faktory ovlivňující účast ve volbách

Účast ve volbách je determinována mnoha jevy, které nepůsobí jednotně a nelze je tím pádem zobecňovat. Není tedy divu, že vědci vzhledem k tomuto fenoménu jen těžko dosahují konsensu.

Vyjma sociodemografických postojových charakteristik jedinců, mezi které patří například pohlaví, věk a vzdělání bývá volební neúčast ovlivňována například různými neblahými okolnostmi, volební kampaní, velikostí populace, vzdáleností do volební místnosti a mnoho dalšími jevy. Významnou roli zde hrají nepochybně i instituce a stranický systém.⁷³ Bakalářská práce se však věnuje pouze individuálním charakteristikám, které působí na voličovo rozhodnutí zúčastnit se voleb a abstrahuje od vlivu, jenž ve svých rukou drží stranický systém.

2.1. Socioekonomické a postojové charakteristiky jedinců

Jedním z faktorů, které diferencují voliče jsou sociální a ekonomické charakteristiky.⁷⁴ Primárně jsou vázány na zdroje, jimiž jedinec disponuje a řadíme mezi ně vzdělání, příjem a sociální třídu. S přihlédnutím k těmto faktorům bychom mohli říci, že na nich volební účast není závislá, neboť charakteristiky této aktivity jsou spojeny pouze s náklady na cestu do volební místnosti a finančně se tak výrazně liší od ostatních politických aktivit.⁷⁵ „Účast ve volbách byla dokonce chápána jako mechanismus, který by měl zajistit rovnováhu mezi jednotlivými třídami v politickém systému, neboť jiné formy politické participace jsou třídně a sociálně více podmíněné.“⁷⁶ Navzdory tomu se však v kontextu volební účasti setkáváme s velkou sociální stratifikací, která spíše postupem času narůstá.⁷⁷

Předpoklad možnosti vysvětlení volební účasti pomocí socioekonomických charakteristik vychází z teorie racionální volby a opírá se o logiku Anthonyho Downse, jež spočívá v nahlížení na politické akty pomocí vyhodnocování nákladů a výnosů, které s sebou tyto

⁷³ BLAIS, ANDRE a AGNIESZKA DOBRZYNSKA. Turnout in Electoral Democracies. *European Journal of Political Research*. 1998, vol. 33, issue 2, s. 239-261.

⁷⁴ ŘEHÁKOVÁ, Blanka. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 1998, 32 s. Sociální trendy, 2/1998.

⁷⁵ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁷⁶ SCHATTSCHNEIDER, E. *The semisovereign people: a realist's view of democracy in America*. Hinsdale, Ill.: Dryden Press, c1975, xxxi, 143 p.

⁷⁷ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

aktivity nesou.⁷⁸ Na jejich základě pak můžeme vystavět teorii, že lidé s vyšším socioekonomickým statusem se spíše účastní hlasování, jelikož disponují větším množstvím zdrojů v podobě peněz, času a schopností. S jejich pomocí poté snáze překonávají překážky v podobě nákladů a dosahují zisků z hlasování.⁷⁹ K přesnější specifikaci této kauzality došlo až se vznikem modelu občanského dobrovolnictví a jeho teorií zdrojů. Přesto však tato teorie dodnes nebyla prokázána.⁸⁰ Jejím základem jsou proměnné čas a komunikační a organizační dovednosti, kterých jedinec nabývá ve své profesi či různých organizacích. I tato teorie vychází z racionality a ohlíží se na zisky a příjmy, které mohou jedinci získat a ztratit. Na základě tohoto kalkulu platí, že lidé s nedostatečnými zdroji, kterými jsou například nezaměstnaní, se spíše soustředí na uspokojení základních životních potřeb a politika jde v jejich případě stranou.⁸¹

Dalším aspektem socioekonomického statusu je vzdělání. Podle některých studií disponují vzdělání lidé kritickým myšlením, které jim pomáhá lépe chápat politiku a hlasování je tak pro ně snazší a méně nákladné.⁸² Současně jim vzdělávací systém vštěpuje určité hodnoty, které vidí účast ve volbách jako občanskou povinnost. Tyto hodnoty však mohou být osvojeny díky rodině, která má svůj podíl i na výběru vzdělání a ovlivňuje tak volební účast. Obecně platí, že vzdělání lidé mají větší sociální síť.⁸³

Posledním typem, na základě kterého lze posuzovat volební účast je sociální status. Stabilně je největší účast při volbách zaznamenávána u podnikatelů, odborníků a osob samostatně výdělečně činných. Zainteresování této skupiny do politických aktivit je opodstatněné z důvodu velkého vlivu vládních regulací na jejich činnost.⁸⁴ Logicky nižší část hlasů tvoří nemanuální pracovníci s kvalifikovanými manuálními pracovníky a nejméně se voleb účastní

⁷⁸ DOWNS, Anthony. *An economic theory of democracy*. Renewed 1985. Boston: Addison-Wesley, c1957, x, 310 s.

⁷⁹ WOLFINGER, Raymond E. a Steven J. ROSENSTONE. *Who votes?*. New Haven: Yale University Press, 1980.

⁸⁰ VERBA, Sidney, Kay Lehman SCHLOZMAN a Henry E BRADY. *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1995, xix, 640 p.

⁸¹ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁸² CAMPBELL, Angus et al. *The American voter*. Unabridged ed. Chicago [Ill.]: University of Chicago Press, 1980.

⁸³ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁸⁴ LIPSET, Seymour Martin. *Political man: the social bases of politics*. 1st ed. Garden City: Doubleday, 1960, 432 s.

pracovníci nekvalifikovaní, jejich participace se postupem času ještě více snižuje. Účast nezaměstnaných a důchodců je na úrovni průměrné volební účasti.⁸⁵

Kontextuální teorie vlivu zdrojů Elmera Schattschneidera (1892-1971) naznačuje, že rostoucí sociální nerovnosti vedou k různé volební účasti jednotlivých sociálních skupin.⁸⁶ Od roku 1992 byly všechny výše zmíněné indikátory posilovány a způsobily tak neustále se snižující volební účast, která ještě v roce 1992 byla na úrovni 85 %. Přesto již byla stratifikována vzděláním a sociální třídou. Od roku 1996 se poté setkáváme i s rostoucími rozdíly v příjmech obyvatelstva. Toto je problémem pro politické strany, které zastupují určitou sociální skupinu občanů. Nedostatečná možnost výběru mezi volebními stranami již byla identifikována jako jeden z hlavních důvodů poklesu volební účasti v Česku.⁸⁷

2.2. Valenční teorie

Pojem valence pochází z fyziky a „*znamená schopnost na sebe vázat jiné prvky.*“⁸⁸ Do politologie bylo toto označení přeneseno v jednadvacátém století v podobě valenční teorie volebního chování, která vysvětluje důvod volební účasti voliče a jeho rozhodnutí pro konkrétní stranu.⁸⁹ V tomto přeneseném významu valence znamená situaci, kdy se volič identifikuje s programem strany, kterou volí a považuje ji za kompetentní v řešení jemu blízké problematiky. Tyto motivace jsou klíčové pro výběr strany a rozhodnutí voliče jít k volbám. Z pravidla platí, že čím více volič rozlišuje mezi programy stran a jejich potřebnými kompetencemi a čím silněji se s touto stranou identifikuje, tím se zvyšuje pravděpodobnost pro volbu dané strany a volební účast obecně.⁹⁰

V rámci valenční teorie je tedy úspěch stran determinován silou vazby mezi voličem a politickým tématem, neboli schopnosti stran na sebe tato valenční témata vázat. V tomto ohledu mohou být strany vnímány jako kompetentní k jednomu tématu, ale nekompetentní

⁸⁵ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁸⁶ SCHATTSCHEIDER, E. *The semisovereign people: a realist's view of democracy in America*. Hinsdale: Dryden Press, c1975, xxxi, 143 s.

⁸⁷ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁸⁸ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04]. s.12.

⁸⁹ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁹⁰ Tamtéž.

k tématu dalšímu. Je zde potřeba zmínit pojem vlastnictví témat, kterým se myslí schopnost pouze některých stran řešit určitá témata. Volič je často spíše než na stranu fixován na konkrétního politického lídra a vyhodnocuje jeho kompetence, důvěryhodnost a jiné charakteristiky, které následně generalizuje pro celou stranu. Důležitým aspektem voličova rozhodnutí je rovněž vyhodnocení schopnosti strany nastolit v zemi ekonomickou prosperitu.⁹¹

Valenční teorie je založena na předpokladu užitku. Ten spočívá v užitku z blízkosti pozičních témat volené strany a schopnosti tato témata efektivně řešit. Z toho vyplývá že v případě, kdy více stran zaujímá stejné pozice na určitých tématech, volí volič podle valenčních úvah. Pakliže však politické strany vykazují stejnorodé schopnosti tato témata řešit, rozhoduje se volič na základě pozičních témat. Za předpokladu stejných témat a stejných schopností je řešit, se volič hlasování nezúčastní. Principem valenční teorie je tedy předpoklad volební účasti a tím pádem i rozdílnost stran z hlediska pozic či kompetencí.⁹²

Na závěr kapitoly je třeba podotknout, že stáří valenční teorie naznačuje její dosavadní nevypracovanost a tím pádem i nepřesné vyhodnocení efektu na chování voliče.⁹³

2.3. Nevoliči kvůli okolnostem a dobrovolní nevoliči

Pojmem „*nevoliči kvůli okolnostem*“ rozumíme osoby, které se voleb neúčastní nedobrovolně, neboť jim v tom brání jakási překážka. Patří mezi ně mimo jiné například nepřítomnost v místě bydliště během voleb, nemoc, nebo neschopnost dopravit se do volební místnosti.⁹⁴

Existují dva typy nevoličů kvůli okolnostem. Prvním jsou tací, kteří využívají dané okolnosti jako dostatečnou omluvu pro svou neúčast. V druhém případě jde o voliče, kteří onou okolností omlouvají konkrétní, pro ně nedůležité volby. Panuje jasná tendence voličů

⁹¹ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁹² LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. In: [online]. [cit. 2013-12-04].

⁹³ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

⁹⁴ LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. In: [online]. [cit. 2013-12-04].

podléhat okolnostem, jako je například dovolená či pracovní vytížení v případě méně důležitých voleb a používat tyto překážky jako adekvátní omluvy pro konané volby.⁹⁵

Dalším důvodem volební neúčasti jsou dobrovolní nevoliči. Důvody dobrovolného zdržení se hlasování jsou podmíněny pravidlem sledování užitku jednotlivců za současného vynaložení co nejnižších nákladů. Užitek je zde vnímán prostřednictvím valenční teorie a je odvozen od blízkosti voliče ke straně, kompetentnosti přisuzované dané straně a rozdílnosti politických stran.⁹⁶

Dobrovolnou neúčast při volbách můžeme dělit do pěti typů. Prvním příkladem je skupina osob s tak zvaným „nezájmem o politiku“. Do této kategorie spadají lidé, kteří se nezajímají o politické dění kolem, politika je nebaví, nepřisuzují ji žádnou důležitost a tím pádem ani užitek. Jejich okolí je obdobně pasivní a nemobilizuje je k politické aktivitě. Absenci užitku zaznamenává u volebního klání rovněž kategorie s názvem „hlasování nemá smysl“. Podle této skupiny nemá voličův hlas v politice velkou váhu. Samotný akt hlasování pak údajně nic nezmění a znamená jen ztrátu času. Třetí kategorií jsou voliči, kteří „nevěděli pro kterou stranu hlasovat“. Všechny strany jsou stejné a není tím pádem pro koho hlasovat. Užitek v takovém případě nevzniká, protože neexistuje odlišnost stran. Předposlední kategorii tvoří „nedůvěra a nespokojenost s politikou“. Sdružují se v ní osoby, podle kterých je politika plná korupce a nesplněných slibů. Takový volič se buď shoduje s programem určité strany, ale nedůvěřuje jí, nebo nesouhlasí s žádným programem a nedůvěřuje žádné straně. Zbývajícím typem voliče je „ten, jež nikdy nehlasuje“. Jeho důvody si můžeme jen těžko domýšlet. Dalo by se však říci, že do jisté míry doplňuje nezájem a nedůvěru v politiku.⁹⁷

⁹⁵ LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. In: [online]. [cit. 2013-12-04].

⁹⁶ Tamtéž.

⁹⁷ Tamtéž.

2.4. Vliv volební kampaně

Již Karl Deutsch (1912-1992) zdůrazňoval esenci komunikace v politickém světě a její značný potenciál ovlivnit fungování tohoto systému v průběhu výběru volených zástupců.⁹⁸ Onu komunikaci realizují politické strany prostřednictvím volebních kampaní. Pojem volební kampaň spadá pod politický marketing. Ten se pomocí ekonomických poznatků snaží „prodat“ politické kandidáty prostřednictvím volební kampaně a zapůsobit na své potenciální voliče.⁹⁹ Její význam nabývá na důležitosti a efektivitě zejména s blížícími se volbami a utváří tak názory veřejného mínění a ovlivňuje participaci oprávněných voličů.¹⁰⁰ Nejvýrazněji se do povědomí voličů dostává zhruba dva a půl měsíce před volbami.¹⁰¹

S prvními předvolebními kampaněmi v Evropě se setkáváme na přelomu 19. a počátku 20. století, jenž je spjat s rozšířením volebního práva. Přestože strany v této době neměly stanovený pevný základ, propracovanou komunikaci s veřejností a jasný program, dočkaly se podpory voličů z různých sociálních skupin. Tehdejší úkolem volebních kampaní tedy nebylo nabytí nových voličů, ale mobilizace stávajících. K zvratu došlo až v druhé polovině 20. století, kdy tradiční stranicství ztrácelo na síle a docházelo k rozmachu střední třídy. Do popředí se dostává role médií, jakožto hlavního informátora veřejnosti a volební kampaně se tak v politickém životě stávají zásadními.¹⁰²

Historii masových volebních kampaní můžeme členit do tří etap. První spadá do 50. a 60. let minulého století a soustředí se na stranicky orientované kampaně, neboli propagaci konkrétních politických programů. Vznikaly ad hoc a měly efekt výlučně na loajální tradiční voliče. Druhým typem volební kampaně, který se začal formovat koncem 60. let a začátkem 70. let byl koncept orientace na politického kandidáta. S rostoucím vlivem médií bylo možné propagovat představitele stran a vystavět svou ideu na image konkrétních osob. V druhé polovině 70. let poté převládá orientace na samotného voliče. Na důležitosti

⁹⁸ DEUTSCH, Karl Wolfgang. *The nerves of government: models of political communication and control*. London: Free Press of Glencoe, c1963, xviii, 316 s.

⁹⁹ JABŁOŃSKI, Andrzej. *Polityczny marketing: wprowadzenie do teorii i praktyki*. Vyd. 1. Překlad Lubomír Kopeček. Brno: Barrister, 2006, 203 s. Studium Barrister.

¹⁰⁰ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

¹⁰¹ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

¹⁰² ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

nabývají potřeby voliče a volební kampaně upouští od standardizovaných modelů pro celý stát. Současně roste vliv image-makerů, kteří zodpovídají za celou kampaň.¹⁰³

Účinek volební kampaně je nejčastěji zkoumán prostřednictvím politických znalostí voličů, vnímání kandidátů, voličských preferencí a volební účasti.¹⁰⁴ Za nejefektivnější prostředek propagace můžeme v současné době jednoznačně označit média. Politické debaty se staly nejvíce využívaným zdrojem informací voličů a potlačily tak vliv rodinných diskuzí na politická témata, publicistiky a volebních letáků. Výsledkem toho nabyly volební kampaně prostřednictvím televize personalizovanou formu a zviditelnily tak role stranických lídrů. Jejich image v dnešní době hraje zásadní roli a zastiňuje aktivistické stranictví, které se výrazně projevilo v poklesu počtu straníků u řady tradičních politických stran v celé Evropě. Podíl členů stran tvoří v současnosti okolo 2 – 4 % voličů.¹⁰⁵ Podle řady výzkumů ovlivňují zhruba 40 % voličů zmíněné osobnostní charakteristiky politiků, neboť zaujetí postoje ke konkrétní osobě je snazší než k politické straně. V kontextu volební kampaně používá Meyrowitz přírůstek k dramatickému představení, které je prezentováno médiu a obsahuje zápletku včetně hlavních hrdinů. Kulisami jsou v tomto případě volby a onou zápletkou boj o pozornost voličů.¹⁰⁶ Nově se do popředí dostávají sociální média, která rovněž značně ovlivňují volební rozhodování.

Současným často zmiňovaným problémem volebních kampaní je přesycenost informací. Lidé jsou obklopeni billboardy, televizí a všemi možnými vjemy, které je denně zásobí informacemi. Výsledkem pak je neschopnost se v informacích orientovat, neochota zjišťovat nové a redukce stávajících.¹⁰⁷

Od 60. let se ve Spojených státech setkáváme s negativní reklamou. Taková reklama se soustředí na atakování konkurentů a i přes značnou vlnu kritiky přináší velkou publicitu.¹⁰⁸ Typickými rysy jsou pomlouvání a zjednodušování. Dalším vedlejším efektem negativní

¹⁰³ JABŁOŃSKI, Andrzej. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Překlad Lubomír Kopeček. Brno: Barrister, 2006, 203 s. Studium Barrister.

¹⁰⁴ KAID, Lynda L., *Handbook of political communication research*. Editor Lynda Lee Kaid. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2004, xviii, 541 p. LEA's communication series.

¹⁰⁵ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08]

¹⁰⁶ MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Překlad Jan Jiráček, Kateřina Jonášová, Irena Reifová. Praha: Karolinum, 2006, 341 s.

¹⁰⁷ KUBÁČEK, Jan 2005. „Politika zítřka aneb česká demokracie na rozcestí.“ Pp. 179-201 in Kubáček, J. (ed.), *I. Studentský politologický almanach*. Praha: Filozofická fakulta UK.

¹⁰⁸ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08]

reklamy však je snížení volební účasti a politické participace obecně a odcizení veřejnosti od politiky.¹⁰⁹

Na základě výše zmíněných informací je tedy třeba si uvědomit, že sdělovací prostředky nám předávají informace, které následně interpretujeme subjektivně podle našeho zázemí a kultury.¹¹⁰ Role médií v současnosti skryta v podobě přetváření našeho prostorového a časového chápání a hraje tím pádem velkou roli v politickém životě¹¹¹ a má výrazný vliv na volební účast.

¹⁰⁹ BRADOVÁ, Eva a Pavel ŠARADÍN. *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Olomouc: Periplum, 2008, 134 s. Studie a analýzy, sv. 8.

¹¹⁰ FISKE, John. *Understanding popular culture*. London: Routledge, c1989, xi, 206 s.

¹¹¹ BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, 199 s.

3. Volební chování českých voličů od roku 2000

Jak jsem již zmínila v samotném úvodu, volební chování není v České republice příliš zkoumanou oblastí. Mezi politology, které se ji zde věnují patří například Tomáš Lebeda, Lukáš Linek a Daniel Kunštát. Následující kapitola proto sumarizuje jejich dosavadní zkoumání a odráží výše zmíněné předpoklady a teorie v českém kontextu.

3.1. Legitimita demokracie a politická spokojenost

Již Max Weber (1864-1920) a Seymour M. Lipset (1922-2006) považovali za základní premisu politických režimů dlouhodobou **legitimitu**, neboli přesvědčení o politických institucích, jakožto nejvhodnější formě vlády.¹¹² Ta je utvářena politickou socializací, vzdělaností, sociálním statusem, výkonností politického systému, rozdílností hodnot a stranickou identifikací obyvatel dané země.¹¹³ Z těchto indikátorů poté ve vztahu k transformaci českého politického režimu v demokratický můžeme vyvodit následující předpoklad: starší lidé jsou konzervativnější a k politické změně se tak přiklání spíše mladá generace. Co se týče politické socializace z doby komunistického režimu, můžeme opět očekávat větší přízeň k demokracii u mladší generace. Dále platí, že čím vyšší mentální schopnosti, tím více usiluje jedinec o individuální rozvoj, který je výrazný právě v demokracii. V rámci sociálního statusu lze předpokládat větší podporu demokracie u výše postavených osob, kteří mají zájem na pokračování stávajícího režimu. Legitimita režimu je dále podmíněna jeho efektivním fungováním, které se projevuje v zajištění základních potřeb a hodnotovým systémem. Posledním vysvětlením režimu je stranická identifikace, která značí vazbu na určitou stranu. V případě kapitalistického hospodářství poté logicky demokracie čelí odporu levicově orientovaných voličů.¹¹⁴

Podpora legitimacy české demokracie kolísá mezi obyvateli od dob transformačního procesu v rozmezí 60 až 90 % a je podporována především mladší generací, vysokoškolsky vzdělanými občany, lidmi se silnou stranickou identifikací a pravicově orientovanými voliči s vyššími

¹¹² LIPSET, Seymour Martin. *Political man: the social bases of politics*. 1st ed. Garden City: Doubleday, 1960, 432 s.

WEBER, Max. *Autorita, etika a společnost: pohled sociologa do dějin*. 1. čes. vyd. Překlad Jan Škoda. Praha: Mladá fronta, 1997, 294 s. Souvislosti (Mladá fronta), sv. 11.

¹¹³ ROSE, Richard, William MISHLER a Christian W HAERPFER. *Democracy and its alternatives: understanding post-communist societies*. Baltimore: John Hopkins University press, 1998, xiv, 270 s.

¹¹⁴ LINEK, Lukáš. *Zrození snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62.

příjmy. (Toto tvrzení dokládá příloha číslo 1.) Negativní postoje k politickému režimu v České republice můžeme doložit na výzkumu Lukáše Linka z roku 2006, ve kterém 10 – 15 % veřejnosti vyjádřilo ochotu vyměnit demokratický režim za diktaturu, nebo jiný autoritářský režim a 20 % občanů, kterým je politický režim lhostejný.¹¹⁵

Česká republika se však nepotýká pouze s problémem nelegitimity režimu. Nejvíce ji tíží přesvědčení o potřebě výměny politického vedení, která ústí v podporu opozičních stran či úplnou rezignaci na politiku. Tyto typy **politického odcizení** nazýváme institucionálním a individuálním a označujeme jimi jednak pocit, že politické instituce nereagují na přání lidí během svého mandátu, ale i neochotu a nezájem o politiku, který souvisí s pocitem její nepotřebnosti. Celkové odcizení od politiky se týká zhruba jedné třetiny veřejnosti, přičemž pocit nedostatečné reflexe přání veřejnosti sdílí zhruba 60 % české populace. Tyto hodnoty jsou na rozdíl od západní Evropy poměrně vysoké a v čase se jen pomalu mění. Výrazně vyšších hodnot dosahovalo odcizení pouze koncem 90. let, tj. v období opoziční smlouvy. Individuální odcizování je závislé na sociálním statusu, věku, pohlaví a míře urbanizace. A sice nízké vzdělání, příjem, socioekonomický status, ženské pohlaví, mládí a život na venkově jsou charakteristiky typické pro osoby, které ono odcizení pociťují. Institucionální odcizení je poté primárně způsobováno hodnocením hospodářské výkonnosti a míry korupce. Je tudíž závislé na stranicí a sociálním statusu jedince, což zapříčiňuje jeho proměnlivost v čase.¹¹⁶ Institucionální a individuální odcizení v jednotlivých podskupinách společnosti posledních let vyjadřuje Příloha 2.)

Politickou nespokojenost obecně můžeme chápat jako hodnocení vlády, výkonnosti vlády, státu a celého politického aparátu v efektivnosti řešení problémů, které veřejnost považuje za důležité. Ovlivňujícím faktorem je zde spokojenost s politikou, vládou, vývojem hospodářství a důvěra v politické instituce. Neschopnost prosadit vládní program, střety mezi vládou a opozicí, nebo koaličními stranami, finanční skandály a aféry poté mohou mít neblahý vliv na celkovou spokojenost s vedením státu. Důležitým jevem je i image a celková sympatičnost vrcholných politiků. Nepatrnou váhu můžeme přisuzovat i faktoru vzdělání, neboť platí, že

¹¹⁵ LINEK, Lukáš. *Zrazení snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62.

¹¹⁶ Tamtéž.

s vyšším vzděláním roste i nespokojenost s politikou. V současnosti dosahuje úroveň nespokojených občanů s politikou zhruba 80 % Čechů.¹¹⁷

Všechny tyto faktory mají značný vliv na volební účast. Postoj k legitimitě režimu a ona politická nespokojenost dále ovlivňují výběr politické strany. U institucionálního odcizení můžeme dokonce zpozorovat jemný příklon k volbě KSČM. Politická nespokojenost navíc k výše zmíněným efektům přidává nižší podporu vládních stran.¹¹⁸

3.2. České stranictví

Původ stran v České republice lze definovat na základě historicko-sociologického přístupu Seymoura Lipseta a Steina Rokkana (1921-1979) z roku 1967, který souvisí s existencí konfliktních linií uvnitř společnosti, tzv. cleavages. Podoba stranického systému je na základě této teorie tvořena konflikty mezi segmenty společnosti, jež jsou výsledkem historických procesů. Příklady jsou rozpory ve vztahu centrum-periferie, církev-stát, město-venkov a vlastníci-pracující.¹¹⁹

3.2.1. Historie českého stranictví

Vytváření systémů politických stran v České republice se formovalo postupně a vyústilo v tradiční model západoevropských států, jenž vymezuje politické strany na ose levice a pravice.¹²⁰ Období socialistických a komunistických diktatur však výrazně zredukovalo rozmanitost třídního rozporu¹²¹ a k ustálení došlo až v polovině 90. let, konkrétněji pak ve volbách v roce 1996, kdy byl opět patrný vliv sociálního rozvrstvení na volební chování a třídní stratifikace se tak stala zásadním faktorem stranické příslušnosti. Stalo se tak v důsledku proměňující se politické, ekonomické a sociální struktury společnosti, jež způsobila těkavost českých voličů s neusazenými volebními vzorci. Vytvořila konfliktní situaci v rámci sociální stratifikace, která byla výsledkem majetkových přesunů v rámci

¹¹⁷ LINEK, Lukáš. *Zrazení snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62.

¹¹⁸ Tamtéž.

¹¹⁹ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

¹²⁰ HLOUŠEK, V. 2000. Konfliktní linie v „postkomunistických“ systé- mech politických stran. *Politologický časopis* 8 (1): 330-39.

¹²¹ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

privatizace, restitucí, rodícího se podnikání a nezaměstnanosti. Kromě socioekonomických se však objevovala i jiná rozhodující kritéria, jimiž byly například postoje k bývalému režimu, názory na ekonomický a politický vývoj po roce 1989, ale i vliv okolí a mnoho dalších aspektů.¹²² Typickým rysem stran této doby, tak zvaných masových stran, byla vazba na určitou sociální skupinu a snaha o prosazování jejich zájmů i mimo politiku.¹²³

Politické spektrum následně nabylo podoby vícedimenzionálního prostoru, ve kterém již nelze strany dělit pouze na osu levice a pravice, ale je třeba vzít v potaz i hodnotové škály. Výsledkem se stala výrazná strukturace stranického areálu a proměna volební strategie v podobě oslabení ideologického apelu, snížení důrazu na určité zájmy, zaměření na individuálního voliče a umožnění přístupu k zájmovým skupinám. Strany se stávají tzv. Catch all parties, neboli moderními občanskými programovými stranami, které prosazují zájmy diferencované společnosti. Zasazují se o tak zvaná univerzální témata a jejich zájem na konkrétních voličích může být vždy pouze dočasný.¹²⁴ Konkrétním příkladem jsou v České republice ODS a ČSSD.¹²⁵ Tyto dvě strany, zaujímající oba dva protipóly zdejšího volebního spektra, nejsou příliš vyhraněné v sociálním a demografickém složení elektorátu, neboť obě usilují o co největší spektrum voličů a zahrnují tak řadu různorodých cílů a názorů, které jim pomáhají tyto voliče získat.¹²⁶

3.2.2. Stranická identifikace českých voličů

Problematikou stranické identifikace se zabývá sociologie politiky a pomáhá nám zodpovědět otázky „kdo“ a „proč volí danou stranu?“¹²⁷

Podle politické vědy je předpokladem politické reprezentace „*mediace identických nebo příbuzných zájmů, představ a cílů jednotlivců a skupin*“¹²⁸ prostřednictvím jimi volených zástupců. Politická moc tedy v tomto případě slouží reprezentaci zájmů, které se v rámci

¹²² KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

¹²³ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹²⁴ KIRCHMEIER, O. 1990. The Catch-all Party. Pp. 58 – 59 in P. Mair /ed./ *The West European Party System*. Oxford: Oxford University Press.

¹²⁵ VEČERNÍK, Jiří. *Zpráva o vývoji české společnosti 1989-1998*. 1. vyd. Praha: Academia, 1998, 364 s.

¹²⁶ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹²⁷ MÜLLER, Karel. *Politická sociologie*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008, 215 s.

¹²⁸ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19]. str. 15.

společnosti liší.¹²⁹ V důsledku toho existuje stranická diferenciaci, jež vyjadřuje přítomnost zájmových vztahů, ale i štěpení a kohezi ve společnosti, které determinují existující postoje a potřeby jednotlivců. Strany se poté snaží tyto faktory uspokojit a prosadit v politické soutěži.¹³⁰

*„Strany představují nejdůležitější organizační vyjádření třídní politiky. Jsou nejen institucionalizací reálného rozdílu, v sociální struktuře, ale také projevem odlišnosti zvláštního kolektivního vědomí, tj. specifické hodnotové a názorové orientace.“*¹³¹ Rozkol ve vztahu ke stranám poté obsahuje rozdíl v sociální struktuře a odlišnost vlastního zájmu v kolektivním uvědomění rozdílnosti politických stran.¹³²

Původ stranických preferencí je komplexním a vícefaktorovým systémem. Jejich interpretace je tudíž velice obtížná. Zřejmá kauzalita je však patrná mezi jedincem a jeho referenčními skupinami, mezi které patří například rodina, pracovní, náboženské a jiné skupiny. Každá naše politická volba je tedy ovlivněna mnoha faktory a motivacemi, neboť *„volební akt je směsicí retrospektivního i perspektivního „posuzování alternativ“, je ohlédnutím se za minulostí, ale i projektováním do budoucna.“*¹³³ Částečný vliv můžeme přisuzovat sociálním zákonitostem, propagandě, rodinnému zázemí, formátu stranického a volebního systému, náboženství, kulturním zásadám a mnoha jiným faktorům.¹³⁴ Tyto vlivy následně určují stranickou loajalitu a stávají se zdrojem politického rozhodování.¹³⁵ Vytváří určité politické vzorce, které poté slouží jako stabilní prvek při sociálních a politických změnách.¹³⁶

Politická tradice je ukotvena v sociálním třídním štěpení, tak zvaných social cleavages, jejichž konfliktní linie jsou kopírovány politickými stranami. Ty poté reprezentují zájmy jednotlivých segmentů společnosti. *„Každá politická volba ztělesňuje zřetězení motivů, logických i nahodilých, časných i hluboce ukotvených.“*¹³⁷

¹²⁹ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹³⁰ Tamtéž.

¹³¹ Tamtéž. str. 17.

¹³² Tamtéž.

¹³³ Tamtéž. str. 20.

¹³⁴ Tamtéž.

¹³⁵ ROSE, R., MCALLISTER, I. 1990. *The Loyalties of Voters. A Lifetime Learning Model*. London, Newbury Park and New Delhi: Sage Publications.

¹³⁶ KUNŠTÁT, Daniel. Anatomie volebního výběru: veřejné mínění a konceptualizace stranické identifikace v soudobé sociologii a politologii in *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, 262 s.

¹³⁷ KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20]. str. 1.

Sepjetí sociálně ekonomické situace voličů s jejich hlasováním ve svých teoriích odrazil například Seymour Martin Lipset. Konkrétněji hovořil o vlivu vzdělání, příjmu, statusu, moci, povolání a jmění. V České republice je vliv sociálního rozvrstvení na volební rozhodování vcelku evidentní. Politické strany jsou etablovány na základě těchto třídních rozdílů a vykazují známky třídní loajality.¹³⁸

Volební výběr však nelze determinovat jen příslušností k určité sociální skupině. Tento koncept vyvrací stranická identifikace, jež je tvořena emotivní vírou a mentálními stereotypy, které jsou základem pro formování naší osobnosti.¹³⁹

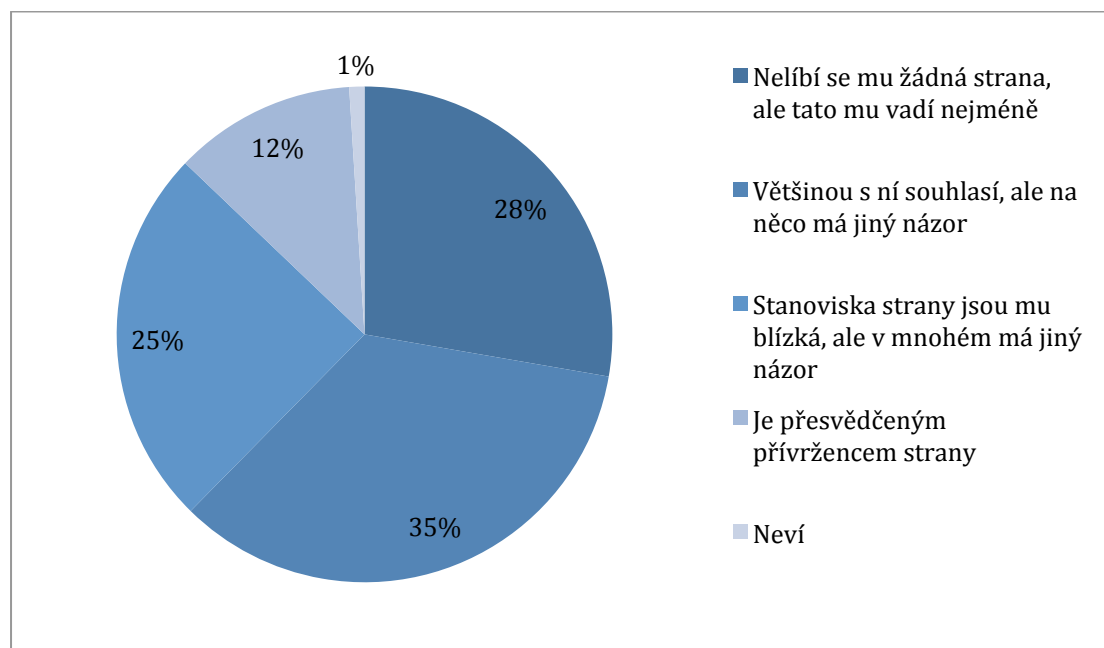
Výsledkem statistiky výzkumu pro veřejné mínění, který se zabýval vztahy voličů k jimi preferovaným stranám jasně poukázal na nejasné motivy podpory dané strany. Přesvědčených je pouze 12 % stoupenců politických stran, k většinovému souhlasu se přiklonilo 35 % dotázaných. Čtvrtina respondentů není jasně přesvědčena o správnosti stanovisek zvolené strany a v ledasčem má jiný názor. Současně však každý třetí volič hlasuje pro danou stranu, protože mu vadí nejméně. Tyto výsledky dokreslují při pohledu do minulosti tvrzení slábnutí vazeb mezi voliči a stranami po roce 1997, neboť procento oněch respondentů volících nejmenší zlo od této doby výrazně stoupá. Současně dochází k ubývání přesvědčených sympatizantů stran.¹⁴⁰

¹³⁸ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹³⁹ Tamtéž.

¹⁴⁰ KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

Graf 1: Vztah voličů k preferované straně (říjen 2004)



Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

3.2.3. Stranická příslušnost na základě socioekonomických charakteristik

Co se týče konkrétní stranické příslušnosti, lze ji doložit na datech pocházejících z výzkumů Centra pro výzkum veřejného mínění z roku 2007. Pomocí výchozích hodnot poté můžeme za typického sympatizanta ODS označit osoby mezi 30-44 lety, o něco méně častěji muže, obyvatele větších měst se středoškolským či vyšším vzděláním a nadprůměrným čistým příjmem v rozmezí 15 501-20 500 Kč měsíčně. Zhruba pětina těchto voličů se živí podnikatelskou činností, nebo živností, další pětina je na pozici vysoce kvalifikovaných vedoucích zaměstnanců a zbylá třetina je tvořena zaměstnanci v nedělnických profesích. Pouze čtvrtina ODS patří mezi ekonomicky neaktivní. Přestože tedy nemalou část podpory této strany tvoří i zástupci z nižších tříd, obecně do skupiny příznivců ODS řadíme především podnikatele, vysokoškoláky, vedoucí zaměstnance a studenty.¹⁴¹

Jistým protipólem volební podpory ODS je strana KSČM. Její stoupenci zrcadlovitě odráží charakteristiky voličů ODS a diferencují se především v oblasti vzdělání, věku a ekonomické

¹⁴¹ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

aktivitě. Radí se spíše do nízkopříjmové kategorie, přičemž přibližně 80 % voličů této strany má menší měsíční čistý příjem než 12 000 Kč. Příjmová úroveň se nejčastěji pohybuje v rozmezí 7 000-9 500 Kč, z čehož lze vyvodit jasnou podporu voličů se starobním důchodem. Dalšími charakteristikami voličů této strany je mužské pohlaví, věk vyšší 60 let a nižší vzdělání. Zhruba tři čtvrtiny přívrženců KSČM disponuje základním či nedokončeným středoškolským vzděláním. Můžeme zkonstatovat, že voliči KSČM trpí ekonomickou nejistotou a pociťují závislost na přerozdělování veřejných financí. Jde tedy především o důchodce, zemědělce, nekvalifikované dělníky, nezaměstnané atd.¹⁴²

Voličské zázemí KDU-ČSL je tvořeno spíše ženami, osobami se základním, případně středoškolským vzděláním, které bydlí na malých městech či vesnicích. Podporu nacházejí v řadách zemědělců a věřících katolíků.¹⁴³

Nejméně specifikovatelná je volební podpora ČSSD. Ta reprezentuje sociální složení celé republiky a výrazně tak znesnadňuje identifikaci svých přívrženců. Přesto však můžeme zkonstatovat, že je z hlediska vzdělání u voličů ČSSD silněji zastoupena kategorie středoškolských studentů bez maturity, neboli vyučených osob. Naopak velice málo volí ČSSD vysokoškoláci. Obecně je zaznamenávána podprůměrná podpora mezi osobami s 18 až 29 lety věku. Naopak výrazněji je elektorát zastoupen ve věkové kategorii starší 45 let. Z hlediska bydliště jsou volební sympatie rovněž rovnoměrně rozděleny. Výjimku tvoří pouze Praha, kde je podpora z pravidla nižší. Ekonomicky aktivní jsou podle statistik dvě třetiny voličů ČSSD, přičemž o něco větší přízeň je patrná ze strany kvalifikovaných dělníků. Naopak nižší poté z řad živnostníků a podnikatelů. Obecně patří mezi voliče ČSSD důchodci s podílem jedné třetiny, dále pak zaměstnanci v nedělnických profesích, pětinu voličů tvoří dělníci. Dvě třetiny voličů mají příjem nižší 12 000 měsíčně.¹⁴⁴

Volební skladba SZ je charakteristická především svým stářím. Tuto nejmladší stranu volí s podílem dvou pětín lidé mezi 18 a 29 lety věku. Ke straně zelených inklinují spíše ženy a ekonomicky aktivní osoby s vyšším vzděláním a nadprůměrnými příjmy. Jen výjimečně tato

¹⁴² KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹⁴³ Tamtéž.

¹⁴⁴ Tamtéž.

strana přitahuje důchodce a nachází tak podporu spíše mezi studenty a zaměstnanci v nedělnických profesích.¹⁴⁵

Výše zmíněné charakteristiky odráží Příloha 3 až 8.

3.3. Volební účast

Jak již bylo zmíněno v předešlé kapitole, volební účast je ovlivňována mnoha jevy. Mezi nejvýraznější proměnné však patří socioekonomické charakteristiky, které vysvětlují volební účast na základě indikátorů sociálního statusu jako je vzdělání, příjem či typ zaměstnání.¹⁴⁶ Situaci v České republice jsem se rozhodla demonstrovat na výzkumu Lukáše Linka na téma rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku, jenž monitoroval období mezi lety 1990 a 2010, přičemž pro potřebu bakalářské práce jsou zmíněné pouze roky 2002, 2006 a 2010. Na základě tohoto výzkumu je v České republice patrný narůstající vliv vzdělání na volební účast. Rozevírání nůžek mezi vzdělanostními skupinami zapříčiňuje výrazně klesající účast osob se středoškolským a základním vzděláním za současného nepatrného snižování volební účasti u vysokoškolsky vzdělaných voličů. Například rozdíl mezi základně a vysokoškolskými vzdělanými voliči dosahoval začátkem 21. století 22 procentních bodů. Členění do výše zmíněných dvou skupin je realizováno od roku 1992 na základě narůstajících rozdílů bylo doplněno o klasifikaci-bez maturity a s maturitou. I tyto dvě skupiny se však v nadcházejících letech začaly štěpit. Konkrétně v roce 2002, kdy se setkáváme s markantními rozdíly mezi vysokoškoláky a středoškoláky s maturitou. O 8 let později, v roce 2010, poté došlo k dalšímu dělení skupiny středoškoláků bez maturity a základně vzdělanými voliči. Časem klesala volební účast ve všech těchto čtyřech skupinách. Největší skok byl zaznamenán mezi rokem 1998 a 2002, kdy v roce 2002 poklesla volební účast u prvních tří skupin v řádu 10 – 19%.¹⁴⁷

Následující tabulka vysvětluje volební účast pomocí faktoru vzdělání od roku 2002 až do 2010. Obdobně jako všechny níže uvedené tabulky obsahuje index kappa, pro který platí, že

¹⁴⁵ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹⁴⁶ BLAIS, André. *To vote or not to vote?: the merits and limits of rational choice theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh press, 2000.

¹⁴⁷ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

čím vyšší je index kappa, tím větší vliv má daná proměnná na volební účast. Ten zde pro rok 2002 dosahuje hodnoty 0,46; o 4 roky později 0,69 a v roce 2010 pak 0,54.¹⁴⁸

Tabulka 3: Volební účast podle vzdělání 2002-2010 (v %)

	2002	2006	2010
Základní	51	49	53
Středoškolské bez maturity	51	61	59
Středoškolské s maturitou	59	72	68
Vysokoškolské	73	83	79
Celkem	58	64,5	62,6
Index kappa	0,46	0,69	0,54

Zdroj: LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Další zásadní proměnnou v otázce volební účasti jsou materiální zdroje. Tento faktor působí na volební účast nelineárně a v průběhu času relativně kolísá. Přesto však můžeme zkonstatovat, že nejvíce se voleb účastní osoby s nejvyšším příjmem, neboť obdobně jako u faktoru vzdělání zde časem došlo k největšímu poklesu volební účasti u skupiny s nejnižšími příjmy a naopak nejmenšímu poklesu u jedinců s nejvyššími příjmy. Rozdíly mezi nejnižší a nejvyšší příjmovou kategorií se mezi lety 2002 a 2010 pohybují v rozmezí 12 až 19 procentních bodů, přičemž největší vliv příjmu na volební účast byl zaznamenán indexem kappa v roce 2010.¹⁴⁹

¹⁴⁸ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

¹⁴⁹ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Tabulka 4: Volební účast podle příjmu domácnosti 2002-2010 (v %)

	2002	2006	2010
1. kvintil	50	62	53
2. kvintil	62	65	66
3. kvintil	61	67	66
4. kvintil	58	73	68
5. kvintil	69	74	75
Index kappa	0,29	0,23	0,35

Zdroj: LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Nadprůměrná míra volební účasti byla vždy zaznamenávána u skupin vyšších, nižších odborníků, podnikatelů a osob samostatně výdělečně činných. Skupina nemanuálních rutinních pracovníků, důchodců a nezaměstnaných se drží průměru a nejméně se voleb účastní nekvalifikovaní pracovníci u nichž v čase došlo k největšímu poklesu.¹⁵⁰

Tabulka 5: Volební účast podle třídní pozice 2002-2010 (v %)

	2002	2006	2010
Vyšší odborníci	73	83	77
Nižší odborníci	62	75	71
Podnikatelé	72	77	75
Rutinní nemanuální	50	59	60
Kvalifikovaní dělníci	48	62	62
Polo a nekvalifikovaní dělníci	49	56	53
Důchodci a nezaměstnaní	59	67	64
Index kappa	0,46	0,50	0,39

Zdroj: LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

¹⁵⁰ LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

3.4. Faktory ovlivňující volební chování Čechů

Následující podkapitoly odrážejí vlivy, které působí na volební chování českých voličů. Patří mezi ně například vliv médií, volebních kampaní, určité neblahé okolnosti či slabé ztotožnění se stranou.

3.4.1. Nevoliči kvůli okolnostem a dobrovolní nevoliči

Jak již bylo zmíněno, pojmem nevoliči kvůli okolnostem máme na mysli osoby, které se voleb neúčastní nedobrovolně, neboť jim v tom brání nějaká překážka. Tito voliči zaujímají určité postoje vůči politice a za normálních okolností by se voleb zúčastnili. Na druhé straně stojí dobrovolní nevoliči, kteří se voleb neúčastní záměrně. Oba tyto případy mohou být zapříčiněny mnoha jevy, z čehož ty nejzásadnější jsou uvedeny v následující Tabulce 6, která prezentuje podíly jednotlivých kategorií nevoličů mezi nevoliči.

Tabulka 6: Důvody volební neúčasti jako podíly mezi nevoliči (v %)

	2004	2009	2008	2006	2010
Typ voleb	EP	EP	krajské	PS	PS
Volební účast	28,3	28,2	40,3	64,5	62,6
Neúčast kvůli okolnostem	26	27	43	31	31
Věk, nemoc invalidita	4	5	13	7	6
Dovolená	13	13	16	13	10
Práce, rodina, volný čas	7	9	14	9	13
Problémy s registrací	2	1	0	1	1
Dobrovolná neúčast	74	73	57	69	69
Nezájem o politiku	11	14	14	26	15
Nedůvěra a nespokojenost s politikou	15	13	12	16	15
Hlasování nemá význam	14	11	16	12	17
Nevěděl pro kterou stranu hlasovat	15	10	8	12	17
Nikdy nehlasuje	2	5	7	3	5
EU specifické důvody	18	20	-	-	-
Celkem	100	100	100	100	100
N	595	730	358	595	517
Podíl DK, NA, ostatní odpovědi	8	7	11	11	19

Zdroj: LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Z Tabulky 6 vyplývá, že odhadovaný podíl nevoličů kvůli okolnostem tvoří v podílu nevoličů zhruba 25 % v případě voleb do EP, 30 % ve volbách do PS a okolo 40 % ve volbách do krajských zastupitelstev. Vztáhneme-li toto kritérium na celý elektorát, hovoříme o 10 % váze ve volbách do PS, 20 % do EP a 25 % ve volbách do krajských zastupitelstev. Z uvedených čísel je zřejmé, že velkou roli pro voliče hraje typ voleb. Zaznamenáváme zde

patrnou tendenci upřednostňování okolností před samotným hlasováním u voleb druhého řádu. Nejčtenějšími okolnostmi znemožňujícími volbu je dovolená, práce, rodina a volný čas.¹⁵¹

Počet dobrovolných nevoličů se pohybuje mezi 70 a 80 % nevoličů. V případě voleb do Poslanecké sněmovny jde o jednu čtvrtinu oprávněných voličů. v případě Evropského parlamentu se poté týká již poloviny. Jednotlivé kategorie dobrovolných nevoličů jsou zastoupeny vyváženě a oscilují v rozmezí 10 až 17 %.¹⁵²

Do tabulky jsou zařazeny rovněž možnosti pod názvem „EU specifické důvody“, které souvisí například s nesouhlasem se vstupem do EU.¹⁵³

3.4.2. Valenční teorie

Nejsilnějším motivem volebních preferencí českých voličů je shoda s volebním programem, samotným směřováním strany a jejími stranickými představiteli. O něco menší vliv má poté dosavadní činnost strany. Lidé se tak ve své volbě nechávají ovlivnit spíše politickým prostorem, do kterého spadá například image stran a akcentují tím pádem spíše perspektivní faktory.¹⁵⁴

Politické rozhodnutí dotázaných voličů dále ovlivňuje jejich rodinné zázemí. Vliv tohoto prvku zaznamenává v posledních letech stoupavou tendenci a můžeme ho označit za jistý stabilizační faktor voleb, který se stává jistou generační samozřejmostí.¹⁵⁵

Podíly voličů v jednotlivých kategoriích kolísají mezi 10 a 17 % vyjma pravidelných nevoličů, jejichž hodnoty dosahují jen zhruba 2 – 7 %. Současně platí, že některé výše uvedené skupiny jsou více zastoupené v jednotlivých volbách. Například největší nedůvěra a přesvědčení, že nejde nic změnit se výrazně projevuje ve volbách do Evropského parlamentu.¹⁵⁶

¹⁵¹ LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

¹⁵² Tamtéž.

¹⁵³ Tamtéž.

¹⁵⁴ KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

¹⁵⁵ Tamtéž.

¹⁵⁶ LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Již zástupci michiganské školy¹⁵⁷ hovořili o téměř nulových znalostech voličů o stranických programech a přesvědčeních, důsledkem čehož voliči vytváří své úsudky pomocí politické socializace, stranické identifikace a rozhodují se tak iracionálně. Jsou ovlivňováni skupinovými zájmy, historickým pozadím volebních vzorců, kulturními automatismy, postoji, předsudky atd.¹⁵⁸ Do popředí se tak dostávají emoce a intuice, které nahrazují rozumový rozbor.

V českém kontextu se voliči rozlišují na škále pravolevého politického spektra. K dotvoření stranického systému došlo mezi lety 1996 a 1998 vlivem narůstající stratifikace společnosti na základě sociálního štěpení, krystalizace hodnot a politických názorů.¹⁵⁹ Od roku 1997 jsou vazby na určité konkrétní strany mnohem uvolněnější, přičemž tato tendence je specifická pro většinu demokracií.¹⁶⁰ Přesto však některé strany disponují silnou identifikací svých voličů a intenzita vazby je tak zde velmi vysoká. Mám tím na mysli například KSČM, ODS a KDU-ČSL, které se těší výrazné míře loajality mezi kmenovými voliči. Přestože ODS disponuje sociodemograficky rozptýlenou voličskou základnou, má v současné době jen zhruba 15 % přesvědčených přívrženců a 25 % voličů nejmenšího zla. Nejsilnější voličské jádro má beze sporu KSČM s 21 % stálých příznivců a dvěma pětinami voličů s uvolněnými vazbami. Další stranou s pevným voličským jádrem je KDU-ČSL, která i přes uvolnění vazeb v posledních letech disponuje 59 % příznivci se silnou valencí ke straně.¹⁶¹ Nejhuře je v otázce sepětí voličů s politickou stranou hodnocena ČSSD, neboť elektorát této strany je charakteristický svou těkavostí. Ta je tvořena nízkým ztotožněním se stranou a špatnou stranickou disciplínou.¹⁶² Konkrétně pouze 6 % tvoří přesvědčení voliči a 30 % voliči, pro které je tato strana nejméně nepopulární.¹⁶³ Obdobně jako ČSSD se prezentují i voliči SZ, kteří taktéž pozbývají identifikace voličů se svou stranou.¹⁶⁴

¹⁵⁷ Akcentuje psychologické a sociální aspekty činnosti lidí. Hlavním představitelem byl Elton Mayo.

¹⁵⁸ LIPSET, Seymour Martin. *Political man: the social bases of politics*. 1st ed. Garden City: Doubleday, 1960, 432 s.

¹⁵⁹ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19]. Původně z [Hloušek, Kopeček 2004: 97].

¹⁶⁰ ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s.

¹⁶¹ KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

¹⁶² KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

¹⁶³ KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

¹⁶⁴ KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Tabulka 7: Postoje voličů ke straně, které by dali hlas ve volbách (v %)

	Přesvědčený přvrženec	Většinou se stranou souhlasí	V mnohém má jiný názor	Strana vadí nejméně
ODS	15	39	21	24
ČSSD	6	35	27	30
KSČM	21	37	19	22
KDU-ČSL	17	42	20	20

Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

Tabulka 8: Důvody volby z hlediska jednotlivých voličských táborů (v %)

	Celý soubor	ODS	ČSSD	KSČM	KDU-ČSL
Vyhovuje Vám její program?	17	22	11	28	18
Její zaměření je Vám blízké, odpovídá Vašemu přesvědčení?	16	15	13	24	34
Důvěřujete jejím představitelům?	10	16	9	17	10
Přesvědčila Vás její dosavadní činnost?	8	10	4	14	13
Je v kontaktu s občany a zná jejich problémy?	12	9	7	28	12
Chce ji volit někdo z Vašich blízkých?	8	11	9	16	9
Účastníte se vnitrostranického života?	2	1	2	8	3

Pozn.: Data v tabulce představují odpověď „rozhodně ano“ v %.

Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20].

3.4.3. Vliv volební kampaně

Politickou, neboli volební kampaní, rozumíme úsilí stran zaujmout co nejvíce potenciálních voličů. V demokratické společnosti hrají zásadní roli, neboť seznamují voliče se svým programem a podporují politickou soutěž, jež odráží různorodost obyvatelstva. Zprostředkovatelem se v tomto případě stávají média, tiskoviny a různé propagační schůze a materiály jednotlivých stran. Všechny tyto prostředky dále umožňují veřejnou debatu o politické situaci země a zvyšují tak zájem o politiku a důvěru v ní.¹⁶⁵ Přesto je však třeba podotknout, že nežijeme v nezaujatém prostředí a vlivem těchto prostředků mohou být naše názory manipulovány.

V České republice se volební kampaně netěší přílišné pozornosti. Sleduje je zhruba 40 % občanů, zbylých 60 % poté předvolební kampani nevěnuje téměř vůbec nezajímá. Tento výsledek vyplynul z výzkumu Centra pro výzkum veřejného mínění z roku 2006.¹⁶⁶

Výzkum se dále zabýval faktory, které determinují zájem o předvolební kampaň. Statisticky významněji je pozornost kampani věnována ze strany osob s vyšším či vysokoškolským vzděláním. Markantnější zájem byl dále zaznamenán u starších osob šedesáti let. Na druhou stranu proklamovali dotázaní ve věku 15 až 29, že volební kampaně téměř vůbec nesledují. Sledovanost je dále více zastoupena u mužů a logicky výrazně častěji jsou volební kampaně sledovány lidmi, kteří projevují sympatie k určité straně a jsou rozhodnutí jít volit.¹⁶⁷

Opomenuty ve výzkumu nezůstaly ani způsoby předvolebních komunikačních aktivit, mezi které patří například různá shromáždění, letáky, televizní spoty a diskuze. Tyto způsoby agitace se však v České republice netěší velké přízni a nechávají své občany laxními jak dokládá níže uvedená Tabulka 11.¹⁶⁸

¹⁶⁵ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

¹⁶⁶ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

¹⁶⁷ Tamtéž.

¹⁶⁸ Tamtéž.

Tabulka 9: Zájem o různé typy předvolební agitace (2006)

	Rozhodně zajímají	Spíše zajímají	Spíše nezajímají	Rozhodně nezajímají
Předvolební televizní spoty	6	25	42	26
Diskuzní televizní pořady	13	35	28	23
Informační letáky	3	24	40	33
Předvolební shromáždění	4	14	40	41

Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

Do výzkumu byla dále zařazena otázka informovanosti voličů. Tu hodnotilo jako nedostatečnou 54 % dotázaných, přičemž nejméně informováni se cítí ohledně politických kandidátů.¹⁶⁹

Tabulka 10: Názory na informovanost voličů (2006)

	Rozhodně dostatek	Spíše dostatek	Spíše nedostatek	Rozhodně nedostatek
O politických stranách	8	46	29	9
O kandidátech	5	32	41	13
O programu	6	37	36	12
O volebním systému	10	29	30	19

Zdroj: ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

Výrazně se v hodnocení respondentů odrazila i negativní reklama, kterou deklarovali jako to, na co se strany zaměřují. Konkrétně 55 % voličů vnímá soustředění politických stran

¹⁶⁹ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

v kampaních ve formě kritiky oponentů. Po 20 % v tomto případě získaly odpovědi „strany se soustředí na představení vlastních programů“ a odpověď „kampaně nesledují“.¹⁷⁰

Obdobný výzkum byl veden v roce 2010, jehož předmětem se stal vliv kampaně na voličovo rozhodnutí. Kromě vlastního pocitu ovlivnitelnosti volební kampaní se v něm respondenti měli vyjádřit k vlivu, jakým volební kampaň působí na ostatní. Zatímco ovlivnění sebe sama dotázaní jednoznačně popřeli, na své okolí připouští poměrně značný vliv.¹⁷¹

Tabulka 11: Názory na vliv volební kampaně na rozhodování voličů v roce 2010 (v %)

	Osobní rozhodování	Rozhodování ostatních
Velmi velký vliv	2	5
Poměrně velký vliv	11	26
Poměrně malý vliv	22	27
Velmi malý vliv	19	15
Žádný vliv	42	7
Neví	4	20
Celkem	100	100

Zdroj: TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Součástí výzkumu byl rovněž způsob prezentace volební kampaně a jeho míra zaznamenávání voliči před volbami v roce 2010.

¹⁷⁰ ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08].

¹⁷¹ TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Tabulka 12: Kde byla volební kampaň zaznamenána v roce 2010 (v %)

Občané s volebním právem (celá populace)			
	Březen	Duben	Květen
Billboardy	27	43	57
Celostátní tisk	24	34	42
Televize	18	26	35
Regionální, místní tisk	15	20	31
Letáčky, tiskoviny vydané politickou stranou	14	26	44
Internet	10	12	20
Rozhlas	7	10	14
Předvolební mítinky, osobní setkání s politiky	4	7	19

Zdroj: TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. In: [online]. [cit. 2013-12-04].

Tabulka 13: Kde byla volební kampaň zaznamenána v roce 2010 (v %)

Občané, kteří zaznamenali volební kampaň některé z politických stran			
	Březen	Duben	Květen
Billboardy	68	73	80
Celostátní tisk	59	58	59
Televize	46	45	48
Regionální, místní tisk	36	34	43
Letáčky, tiskoviny vydané politickou stranou	34	45	61
Internet	25	19	29
Rozhlas	17	16	19
Předvolební mítinky, osobní setkání s politiky	9	12	28

Zdroj: TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. In: [online]. [cit. 2013-12-04].

Nejvíce nápadným nosičem volebních kampaní jsou dle dotázaných billboardy. O něco méně pozornosti se dostalo celostátnímu tisku a televizi. Je třeba podotknout, že placená forma kampaně v televizním vysílání neexistuje. Prostor pro propagaci je stranám vyhrazen pouze těsně před volbami. Na níže uvedených tabulkách je dále s blížícími se volbami patrný rovnoměrný vliv médií za současného narůstajícího vlivu letáků, billboardů a jiných tiskovin spojených s politickou reklamou. Intenzita oslovování potenciálních voličů tak s postupem času sílí.¹⁷²

¹⁷² TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2013-12-04].

Závěr

Cílem mé práce byla analýza faktorů, ovlivňujících volební chování českých voličů, vycházející z příkladu politických událostí od roku 2000 až do současnosti. Na jejím základě jsem se poté v průběhu práce pokusila zodpovědět výzkumné otázky, kterými byly „Jaké faktory ovlivňují volební chování českých voličů?“ a „Co ovlivňuje volební neúčast Čechů?“.

Práce byla strukturována do tří kapitol, přičemž první dvě byly čistě teoretické a třetí praktická. V první kapitole jsem vytyčila nejdůležitější teorie z oblasti ekonomie, sociologie a politologie, které jsou věnované tématu volebního chování. Jde především o školu veřejné volby, způsob přenosu preferencí individuů a teorii her. Tato kapitola se soustředila rovněž na moderní teorie, objasňující tuto problematiku, jako je například role médií, vliv image a sociálních sítí. Druhá kapitola se poté zabývala volební účastí a faktory, které ji ovlivňují. V bakalářské práci byl uveden například faktor socioekonomického statusu, valence a volební kampaně. Třetí kapitola následně odrazila doposud zmíněné teorie pomocí zpracování výzkumů, zabývajících se událostmi a volebním chováním českých voličů od roku 2000.

Dominující metodou práce byla metoda popisná. Ta převládala v prvních dvou kapitolách, kde sumarizovala již zmíněné teorie. Ve třetí kapitole jsem využívala metodu analýzy, s jejíž pomocí byly tyto teorie a předpoklady aplikovány a následně zkoumány na českých voličích.

Zodpovědět první zkoumanou otázku „Jaké faktory ovlivňují volební chování českých voličů?“ je téměř nemožné, neboť volební chování je komplexním fenoménem a ovlivňuje ho nespočet faktorů. Proto jsem pro účel práce vybrala pouze ty proměnné, které jsou v této otázce dle mého názoru zásadní. V případě České republiky výzkumy ukázaly výrazný vliv nespokojenosti s místní politikou, kterou můžeme chápat jako nespokojenost s politickým aparátem a jeho schopností řešit problémy, které veřejnost považuje za důležité. Její hodnota v současnosti dosahuje zhruba 80 % občanů a je patrná například na četnosti konání voleb, nedodržování slibů politickými aktéry a mnoha jiných jevech. Na základě toho panuje v České republice silný nezájem a nedůvěra v politiku, která se odráží na nesledování volebních kampaní, nízké volební účasti, slabém ztotožňování s politickými stranami a pocitu neschopnosti svým hlasem něco změnit. Dalším faktorem, který ovlivňuje volební chování českých voličů je stranická identifikace. Tuto problematiku lze analyzovat na základě valenční teorie, která se zabývá vazbou voliče a politické strany. Dle výzkumu je pouze 12 % Čechů přesvědčeno o volbě dané strany. Zbýlých 88 % poté buď se stranou vůbec nesouhlasí,

nebo s ní sdílí názory jen částečně. Nejsilnějším motivem volebních preferencí českých voličů je shoda s volebním programem, samotným směřováním strany a jejími stranickými představiteli. Tato tendence je patrná již od roku 1997, kdy došlo k výraznému rozvolnění vazeb mezi stranou a voličem. Posledním faktorem, který dle mého názoru stojí v otázce volebního chování českých voličů za zmínku, je faktor volební kampaně. V České republice se volební kampaně netěší přílišné pozornosti. Sleduje ji zhruba 40 % občanů. Zbýlých 60 % poté kampaň sleduje jen částečně, nebo vůbec. Podobné závěry bude nejspíše možné aplikovat i v případě předčasných voleb v roce 2013, neboť preference českých voličů se v čase výrazně nezměnily. Přesnější informace však budou obsaženy ve studiích, které zpracovávají aktuální data z předvolební kampaně.

Druhá otázka práce se týkala volební neúčasti českých voličů. Za faktory, které ji ovlivňují, můžeme na základě bakalářské práce označit socioekonomické charakteristiky, legitimitu a spokojenost s režimem, valenci k politické straně, volební kampaň, různé neblahé okolnosti či nezájem o politiku. Po prozkoumání vlivu všech těchto proměnných přisuzuji největší vliv právě socioekonomickým faktorům, neboť lidé s vyšším socioekonomickým statutem disponují více zdroji, které jim umožňují zúčastnit se volebního klání. Mám zde na mysli například peníze, čas, schopnosti, vzdělání a sociální status, jelikož platí, že nadbytek peněz umožňuje lidem soustředit se i na jiné než základní potřeby. Současně je volba snazší pro vzdělané osoby vzhledem k jejich kritickému myšlení. Sociální status poté determinuje větší zájem o politiku u podnikatelů a vyšších odborníků, jelikož se jich nejvíce dotýkají vládní rozhodnutí. V České republice se dále setkáváme s tak zvaným nedobrovolným nevoličem. Ten sice vůči politice zaujímá konkrétní postoje, ale voleb se z důvodů určité okolnosti, mezi které patří například nemoc, nebo dovolená, neúčastní. Podíl dobrovolných nevoličů tvoří zhruba 30 % a je dále ovlivněn typem voleb, neboli s menší vahou přisuzovanou volbám, mají voliči spíše tendenci podléhat okolnostem. Procentuálně vyšší hodnota však připadá dobrovolným nevoličům. Ta se pohybuje okolo 70 % a je způsobena nezájmem a nedůvěrou občanů v místní politiku. Obdobně jako u volebního chování lze i přes drobné proměny preferencí českých voličů předpokládat, že měřená data budou relevantní i pro předčasné volby v roce 2013.

Práce tak zodpověděla obě výzkumné otázky, které jsem si v úvodu položila a splnila svůj cíl, kterým bylo poskytnout analýzu volebního chování a vytvořit jistý příspěvek k této problematice.

Použitá literatura

Odborné monografie

ARROW, Kenneth Joseph. *Social choice and individual values*. 2nd ed. Hew Haven: Yale University Press, 1963, xi, 124 s. ISBN 978-0-300-01364-1.

BLAIS, André. *To vote or not to vote?: the merits and limits of rational choice theory*. Pittsburgh: University of Pittsburgh press, 2000. ISBN 978-082-2957-348.

BLAŽEK, Bohuslav. *Tváří v tvář obrazovce*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, 199 s. ISBN 80-858-5011-7.

BRADOVÁ, Eva a Pavel ŠARADÍN. *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Olomouc: Periplum, 2008, 134 s. Studie a analýzy, sv. 8. ISBN 978-808-6624-440.

CAMPBELL, Angus et al. *The American voter*. Unabridged ed. Chicago [Ill.]: University of Chicago Press, 1980. ISBN 978-022-6092-546.

ČERVENKA, Jan. *České veřejné mínění: výzkum a teoretické souvislosti*. Vyd. 1. Editor Daniel Kunštát. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, 2006, 226 s. ISBN 80-733-0081-8.

DAHL, Robert A, Charles E. LINDBLOM. *Politics economics and welfare: planning and politico-economic systems resolved into basic social processes*. 1st ed. New York: Harper Torchbooks, 1963, 557 s.

DEUTSCH, Karl Wolfgang. *The nerves of government: models of political communication and control*. London: Free Press of Glencoe, c1963, xviii, 316 s.

DLOUHÝ, Martin. *Úvod do teorie her*. 2., přeprac. vyd. Praha: Oeconomica, 2009, 119 s. ISBN 978-80-245-1609-7.

DOWNS, Anthony. *An economic theory of democracy*. Renewed 1985. Boston: Addison-Wesley, c1957, x, 310 s. ISBN 00-604-1750-1.

FISKE, John. *Understanding popular culture*. London: Routledge, c1989, xi, 206 s. ISBN 04-150-7876-8.

- HALL, Stuart. *Policing the crisis: mugging, the state, and law and order*. London: Macmillan, 1978, xii, 425 p. ISBN 03-332-2061-7.
- HOLMAN, Robert. *Dějiny ekonomického myšlení*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2005, xxv, 539 s. ISBN 80-717-9380-9.
- JABŁOŃSKI, Andrzej. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Vyd. 1. Překlad Lubomír Kopeček. Brno: Barrister, 2006, 203 s. Studium Barrister. ISBN 80-736-4011-2.
- KAID, Lynda L., *Handbook of political communication research*. Editor Lynda Lee Kaid. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 2004, xviii, 541 p. LEA's communication series. ISBN 08-058-3775-2.
- KLIKOVÁ, Christina, KOTLÁN, Igor. *Hospodářská politika*. 3. vyd. Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2003, 293 s. ISBN: 978-80-86572-76-5.
- KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Vyd. 1. Editor Jindřich Krejčí. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2004, 262 s. ISBN 80-733-0056-7.
- KREJČÍ, Oskar. *Nová kniha o volbách*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 2006, 481 s. ISBN 80-869-4601-0.
- LAZARSFELD, Paul F., BERELSON, Bernard. *The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. 3d ed. New York: Columbia University Press, 1968. ISBN 02-310-8583-4.
- LINEK, Lukáš. *Zrazení snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62. ISBN 978-807-4190-292.
- LIPSET, Seymour Martin. *Political man: the social bases of politics*. 1st ed. Garden City: Doubleday, 1960, 432 s.
- MACHIAVELLI, Niccolò. *Vladař*. Vyd. v tomto překladu 2., V Argu 1. Překlad Adolf Felix. Praha: Argo, 2012, 155 s. ISBN 978-80-257-0736-4.

- MEYROWITZ, Joshua. *Všude a nikde: vliv elektronických médií na sociální chování*. 1. české vyd. Překlad Jan Jiráček, Kateřina Jonášová, Irena Reifová. Praha: Karolinum, 2006, 341 s. ISBN 80-246-0905-3.
- MÜLLER, Karel. *Politická sociologie*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008, 215 s. ISBN 978-807-3673-802.
- OLSON, Mancur. *The logic of collective action: public goods and the theory of groups*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, c1971, x, 186 s. Harvard economic studies, Vol. CXXIV. ISBN 06-745-3751-3.
- RAWLS, John. *A theory of justice*. Cambridge, Mass.: Belknap Press of Harvard University Press, 1976, 607 s. ISBN 06-748-8014-5.
- RIKER, William H. *Liberalism against populism: a confrontation between the theory of democracy and the theory of social change*. Reissued. Illinois: Waveland Press, 1982. ISBN 08-813-3367-0.
- RIKER, William H. *The theory of political coalitions*. Westport, Conn.: Greenwood Press, 1984c1962, xii, 300 p. ISBN 03-132-4299-2.
- ŘEHÁKOVÁ, Blanka. *Volební chování různých skupin voličů v předčasných parlamentních volbách v roce 1998*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 1998, 32 s. Sociální trendy, 2/1998. ISBN 80-859-5052-9.
- ŘÍCHOVÁ, Blanka. *Přehled moderních politologických teorií: Empiricko-analytický přístup v soudobé politické vědě*. 1. vyd. Praha: Portál, 2000, 303 s. ISBN 80-717-8461-3.
- SARTORI, Giovanni. *Teória demokracie*. Bratislava: Archa, 1993. ISBN 80-711-5049-5.
- SCHATTSCHNEIDER, E. *The semisovereign people: a realist's view of democracy in America*. Hinsdale: Dryden Press, c1975, xxxi, 143 s. ISBN 00-301-3366-1.
- TSEBELIS, George. *Nested games: rational choice in comparative politics*. Berkeley: University of California Press, c1990, xiv, 274 s. California series on social choice and political economy (University of California Press), 18. ISBN 05-200-7651-6.
- TURNOVEC, František. *Public choice: models, methods and applications*. 1st ed. Prague: Karolinum, 2003, 185 s. ISBN 80-246-0450-7.

VEČERNÍK, Jiří. *Zpráva o vývoji české společnosti 1989-1998*. 1. vyd. Praha: Academia, 1998, 364 s. ISBN 80-200-0703-2.

VERBA, Sidney, Kay Lehman SCHLOZMAN a Henry E BRADY. *Voice and equality: civic voluntarism in American politics*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1995, xix, 640 p. ISBN 06-749-4293-0.

WEBER, Max. *Autorita, etika a společnost: pohled sociologa do dějin*. 1. čes. vyd. Překlad Jan Škoda. Praha: Mladá fronta, 1997, 294 s. Souvislosti (Mladá fronta), sv. 11. ISBN 80-204-0611-5.

WOLFINGER, Raymond E. a Steven J. ROSENSTONE. *Who votes?*. New Haven: Yale University Press, 1980.

ZUCKERMAN, Alan S. *The social logic of politics: personal networks as contexts for political behavior*. Philadelphia: Temple University Press, 2005, xxii, 342 p. ISBN 1-59213-149-2.

Články a studie

BLAIS, ANDRE a AGNIESZKA DOBRZYNSKA. Turnout in Electoral Democracies. *European Journal of Political Research*. 1998, vol. 33, issue 2, s. 239-261. DOI: 10.1111/1475-6765.00382. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/1475-6765.00382>

HLOUŠEK, V. 2000. Konfliktní linie v „postkomunistických“ systémech politických stran. *Politologický časopis* 8 (1): 330-39.

KELLEY, Stanley a Thad MIRER. The act of voting. *American Political Science Review*. Washington, D.C.: American political science association, 1974. DOI: 68:572.91.

KIRCHMEIER, O. 1990. The Catch-all Party. in: P. Mair /ed./. *The West European Party System*. Oxford: Oxford University Press. Pp. 58 – 59.

KUBÁČEK, Jan 2005. „Politika zítřka aneb česká demokracie na rozcestí.“ Pp. 179-201 in Kubáček, J. (ed.), *I. Studentský politologický almanach*. Praha: Filozofická fakulta UK.

KUNŠTÁT, Daniel. Parametry stranické identity českých voličů. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2004 [cit. 2014-04-20]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3937/f11/100039s_kunstat-volici.pdf.

KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3963/f11/Kunštát,%20Danie1.%20Sociáln%C3%AD%20a%20demografický%20profil%20voličského%20zázem%C3%AD%20českých%20politických%20stran.pdf.

LINEK, Lukáš. Rostoucí sociální nerovnosti ve volební účasti v Česku v letech 1990-2010. In: [online]. [cit. 2013-12-04]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a7056/f11/Rostouc%C3%AD%20soci%C3%A1ln%C3%AD%20nerovnosti%20ve%20volebn%C3%AD%20%C3%BA%C4%8Dasti%20v%20%C4%8Cesku%20v%20letech%201990%E2%80%932010.pdf

LINEK, Lukáš. Zhodnocení valenční teorie volebního chování na základě otevřených otázek ohledně důvodu volební neúčasti. In: [online]. [cit. 2013-12-04]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a4014/f11/Linek,%20Luk%C3%A1%C5%A1.%20Zhodnocen%C3%AD%20valen%C4%8Dn%C3%AD%20teorie%20volebn%C3%ADho%20chov%C3%A1n%C3%AD%20na%20z%C3%A1klad%C4%9B%20otev%C5%99en%C3%BDch%20ot%C3%A1zek%20ohledn%C4%9B%20d%C5%AFvod%C5%AF%20volebn%C3%AD%20ne%C3%BA%C4%8Dasti.pdf.

RICHEY, Sean. The Autoregressive Influence of Social Network Political Knowledge on Voting Behaviour. *British Journal of Political Science* [online]. 2008, roč. 3, s. 527-542 [cit. 2014-01-04]. ISSN: 00071234. Dostupné z: URL: <http://www.jstor.org/stable/27568359>.

ROSE, R., MCALLISTER, I. 1990. *The Loyalties of Voters. A Lifetime Learning Model*. London, Newbury Park and New Delhi: Sage Publications.

ROSE, Richard, William MISHLER a Christian W HAERPFER. *Democracy and its alternatives: understanding post-communist societies*. Baltimore: John Hopkins University press, 1998, xiv, 270 s. ISBN 08-018-6038-5.

ROSENBERG, Shawn W. a MCCAFFERTY. The Image and the Vote Manipulating Voters' Preferences. *The Public Opinion Quarterly* [online]. 1987, roč. 51, č. 1, s. 31-47 [cit. 2014-03-03].

ROSENBERG, Shawn, Patrick MCCAFFERTY, Kevin HARRIS a Lisa BOHAN. The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference. *American Journal of Political Science* [online]. 1986, 1., s. 108-127 [cit. 2014-01-08]. ISSN: 00925853. Dostupné z: <http://www.jstor.org/stable/2111296>.

ŠKODOVÁ, Markéta. Role kampaně v politické komunikaci a její nazírání českou veřejností před parlamentními volbami v roce 2006. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. [cit. 2014-04-08]. Dostupné z:

http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3959/f11/100062s_NS0602_Skodova.pdf.

ŠMÍD, Milan. *Vliv vlastnictví médií na jejich nezávislost a pluralitu*. Praha: Open Society Fund Praha, 2004, 25 s. ISBN 80-239-4374-X.

TABERY, Paulína a Gabriela ŠAMANOVÁ. Volební kampaň a deklarovaná účast ve výzkumu veřejného mínění. In: [online]. [cit. 2013-12-04]. Dostupné z:

http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a6895/f11/Volebni%20kampa%20a%20deklarovana%20volebni%20ucast.pdf.

Přílohy

Seznam příloh

Příloha 1. Legitimita demokracie v jednotlivých podskupinách společnosti (v %)

Příloha 2. Institucionální a individuální odcizení v roce 2006 v jednotlivých podskupinách společnosti (v %)

Příloha 3. Voliči parlamentních stran podle vzdělání (v %)

Příloha 4. Voliči parlamentních stran podle osobního příjmu v (%)

Příloha 5. Voliči parlamentních stran podle věku (v %)

Příloha 6. Voliči parlamentních stran podle pohlaví (v %)

Příloha 7. Voliči parlamentních stran podle ekonomické aktivity (v %)

Příloha 8. Voliči parlamentních stran podle pozice v zaměstnání (v %)

Příloha 1. Legitimita demokracie v jednotlivých podskupinách společnosti (v %)

	A	B	C	D	N
Celkem	57	11	20	11	1202
Pohlaví					
Muž	59	12	19	9	588
Žena	55	10	21	13	613
Věk					
18-29	69	9	14	8	157
30-49	60	9	19	11	415
50 let a více	49	13	24	13	523
Vzdělání					
Základní nebo žádné	50	14	21	14	139
Střední bez maturity	47	12	27	14	466
Střední s maturitou	64	10	18	9	422
Vysokoškolské	78	7	5	9	164
Příjem domácnosti					
Do 14 tisíc Kč	48	12	23	17	221
Od 14 do 20 tisíc Kč	49	14	27	11	228
Od 20 do 30 tisíc Kč	59	12	20	9	261
Nad 30 tisíc Kč	77	8	11	4	157
Sociální třída					
Pracovníci v zemědělství	36	23	27	14	44
Nekvalifikovaní dělníci	46	11	29	14	219
Kvalifikovaní dělníci	49	14	26	11	213
Drobní vlastníci	55	12	22	10	58
Rutinní nemanuální	56	11	20	13	203
Odborníci	69	8	16	7	299
Subjektivní sociální status					
Nižší	46	15	25	14	518
Střední	66	8	17	8	488
Vyšší	80	7	12	2	128
Velikost bydliště					
Do 5 tisíc obyvatel	51	13	24	12	447
Od 5 do 50 tisíc obyvatel	53	12	24	11	368
Nad 50 tisíc obyvatel	68	8	13	11	384

Zdroj: LINEK, Lukáš. *Zrazení snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62.

Legitimitu české demokracie dokládám na výzkumu Lukáše Linka z roku 2006, který pomocí čtyř možností odpovědi odráží režimní podporu mezi občany. Sloupec označený A obsahuje souhlas s tvrzením, že demokracie je systém vlády, který je lepší než jakýkoliv jiný systém. Varianta B skrývá možnost, podle které je za určitých okolností autoritářský režim nebo diktatura lepší než demokracie. Sloupec C poté vyjadřuje názor osob, jimž je jedno, jaký

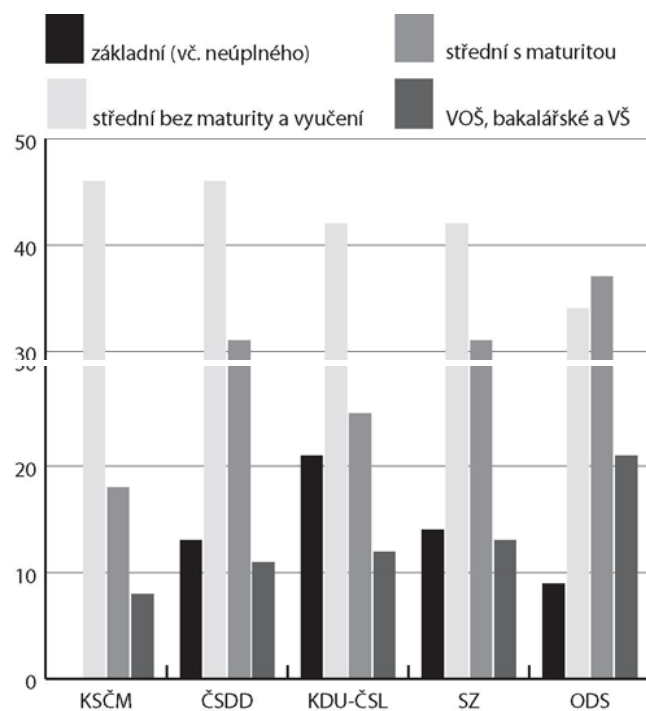
režim vlády existuje a sloupec D odpovědi nevím a je mi to jedno. Písmeno N označuje počet případů.

Příloha 2. Institucionální a individuální odcizení v roce 2006 v jednotlivých podskupinách společnosti (v %)

	Institucionální odcizení	Individuální odcizení
	2006	2006
Celkem	53	19
Pohlaví		
Muž	52	15
Žena	54	23
Věk		
18-29 let	47	24
30-49 let	53	18
50 let a více	55	18
Vzdělání		
Základní nebo žádné	56	29
Střední bez maturity	58	21
Střední s maturitou	45	17
Vysokoškolské	40	10
Příjem domácnosti		
Do 14 tisíc Kč	60	26
Od 14 do 20 tisíc Kč	55	19
Od 20 do 30 tisíc Kč	54	15
Nad 30 tisíc Kč	45	10
Sociální třída		
Nižší	68	33
Střední	49	15
Vyšší	36	13
Velikost bydliště		
Do 5 tisíc obyvatel	55	19
Od 5 do 50 tisíc obyvatel	53	21
Nad 50 tisíc obyvatel	49	18
Sebezařazení na levo- pravé škále (0-10)		
Levice (0-2)	54	15
Střed (3-7)	55	17
Pravice (8-10)	42	15
Stranická identifikace		
Žádná	59	23
Malá a střední	46	14
Velká	34	7

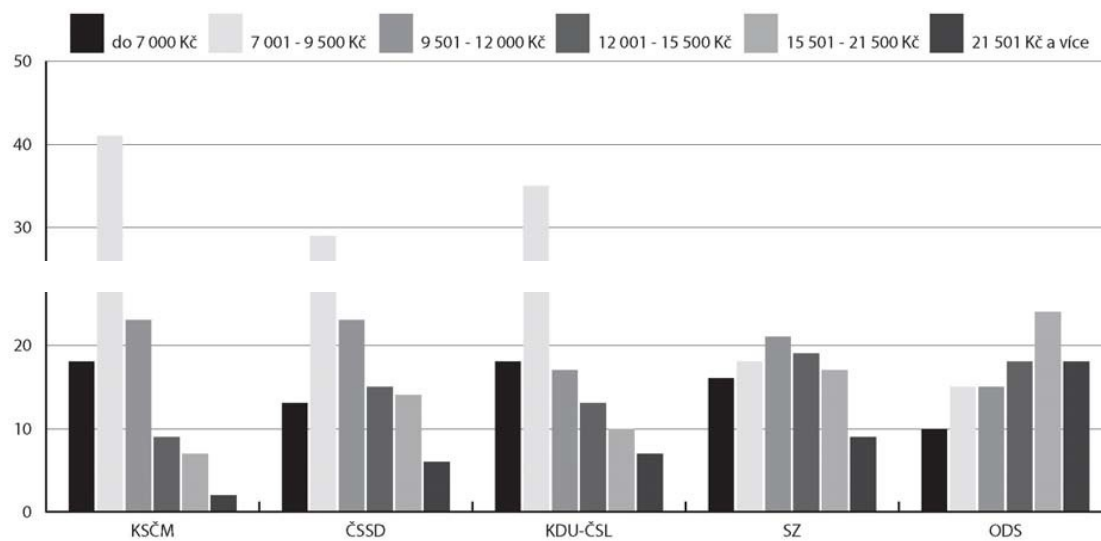
Zdroj: LINEK, Lukáš. *Zrazení snu?: struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2010, 259 s. Studie (Sociologické nakladatelství), sv. 62.

Příloha 3. Voliči parlamentních stran podle vzdělání (v %)



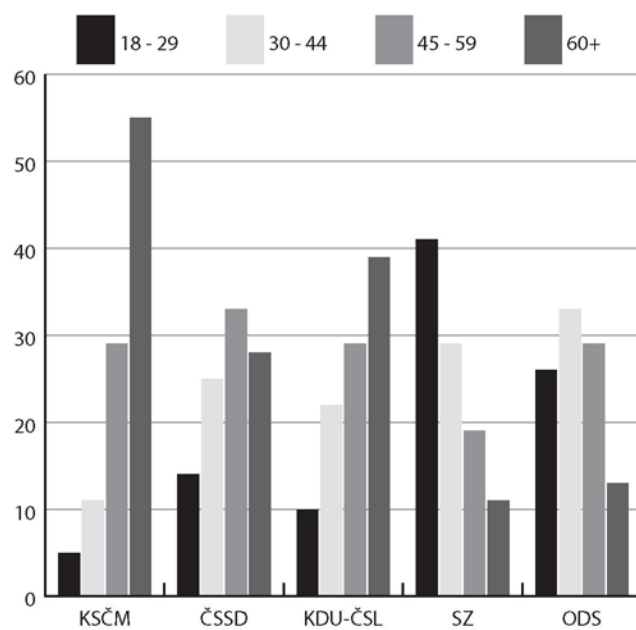
Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Příloha 4. Voliči parlamentních stran podle osobního příjmu (v %)



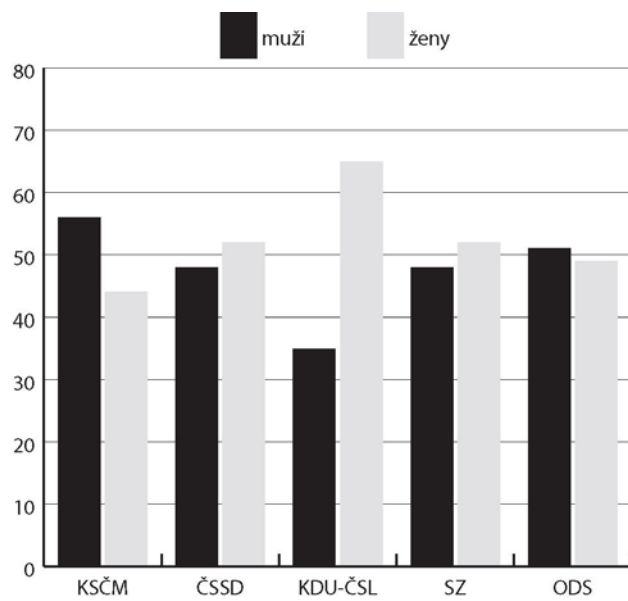
Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Příloha 5. Voliči parlamentních stran podle věku (v %)



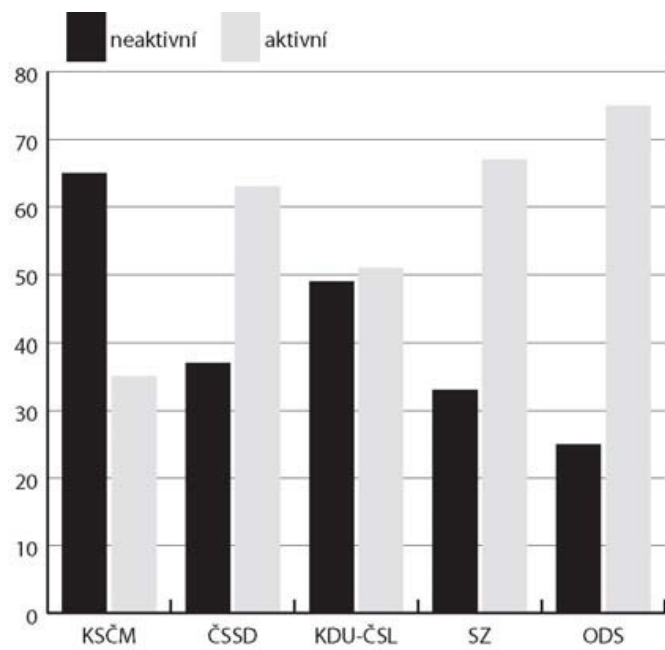
Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Příloha 6. Voliči parlamentních stran podle pohlaví (v %)



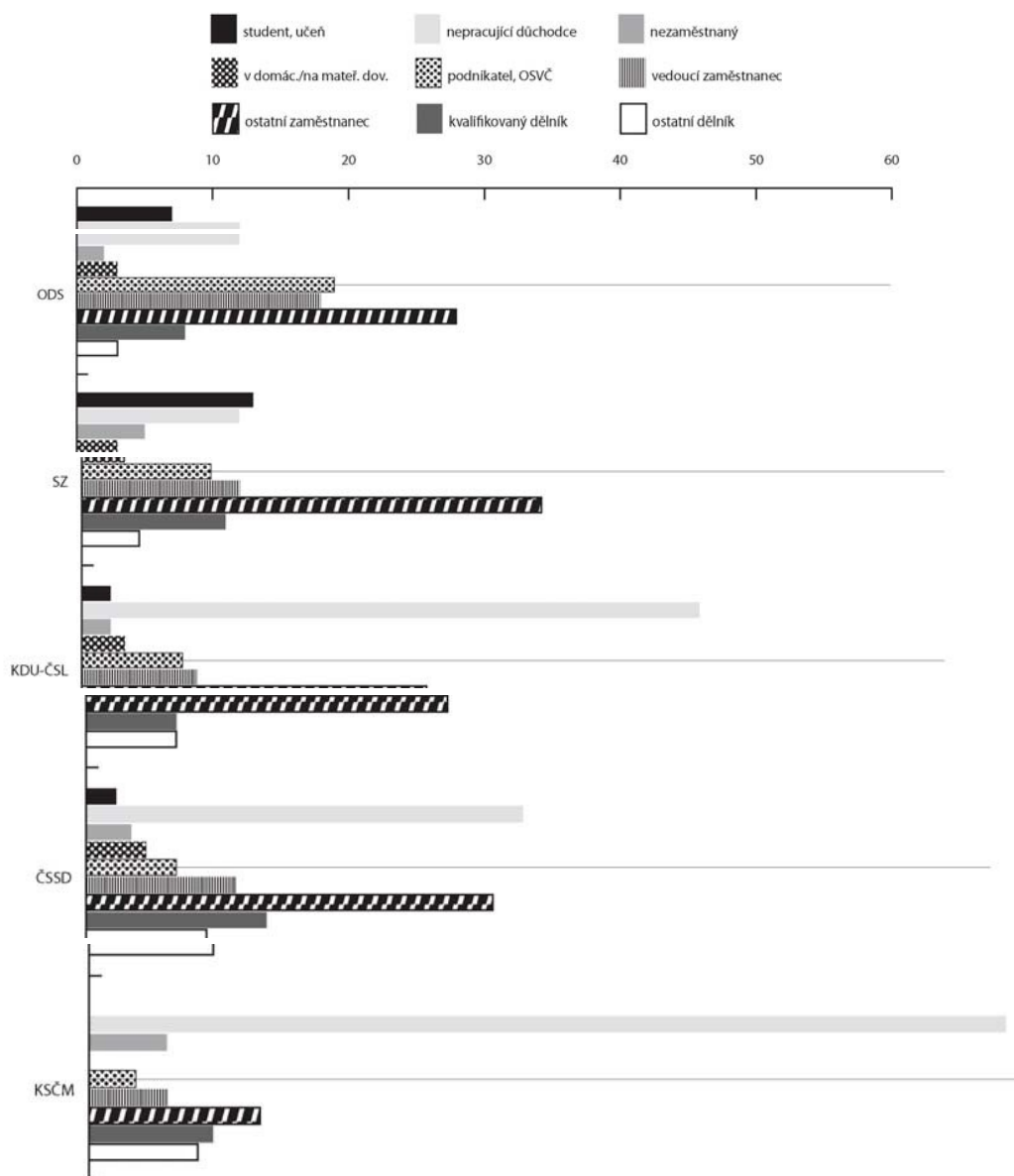
Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Příloha 7. Voliči parlamentních stran podle ekonomické aktivity (v %)



Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].

Příloha 8. Voliči parlamentních stran podle pozice v zaměstnání (v %)



Zdroj: KUNŠTÁT, Daniel. Sociální a demografický profil voličského zázemí českých politických stran. In: *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. 2007 [cit. 2014-04-19].