VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ

Obor: Politologie

Politická informovanost a participace vysokoškolských studentů: případová studie Fakulty mezinárodních vztahů VŠE v Praze

(diplomová práce)

Autor: Martina Outlá

Vedoucí práce: Ing. Mgr. Jan Němec Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně a vyznačila všechny citace z pramenů.

V Praze dne 29. dubna 2016 ……

podpis studenta

Poděkování:

Ráda bych na tomto místě poděkovala vedoucímu práce, Ing. Mgr. Janu Němcovi, Ph.D., za trpělivé vedení, vstřícné jednání a cenné rady, které mi při zpracování této práce poskytl.

Obsah

Úvod ... 1

1. Demokracie a politická participace ... 5

1.1. Občanská společnost ... 5

1.2. Politická informovanost ... 8

1.3. Modely demokracie a politická participace ... 12

1.4. Nástroje politické participace ... 15

2. Volby a volební účast jako jeden z nástrojů politické participace ... 18

2.1. Funkce voleb ... 18

2.2. Průběh voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky ... 19

2.3. Teorie volební účasti ... 21

2.4. Politické aspekty volební účasti v České republice ... 27

3. Masová média v politické komunikaci ... 32

3.1. Volební kampaně ... 32

3.2. Role masových médií ... 36

4. Případová studie politické informovanosti a participace studentů Fakulty mezinárodních vztahů VŠE ... 42

4.1. Metodologie ... 42

4.2. Výsledky dotazníkového šetření ... 44

4.2.1. Celkové výsledky dotazníkového šetření ... 45

4.2.2. Rozdíly ve výsledcích jednotlivých podskupin respondentů ... 54

4.3. Shrnutí ... 75

Závěr ... 79

Seznam literatury ... 82

Přílohy ... 88

Úvod

Česká občanská společnost je, dalo by se říci, zatím nevyspělá v oblasti politické informovanosti a politické angažovanosti. Projevuje se v ní velká nedůvěra ke státním institucím i ekonomice. To rozhodně nepřispívá ke správnému fungování demokracie ani k ochotě občanů politicky participovat.

S rozšířením masových médií, internetu a sociálních sítí se společnost mění a stává se informovanější. Informovanost občanů České republiky je úzce navázána na jejich politickou participaci a její efektivnost. Informovaní občané se více účastní forem politické participace (kterých máme v České republice několik), dokáží se lépe rozhodnout na základě postojů k daným tématům apod. Oproti tomu neinformovaní občané mají tendenci mnohem více důvěřovat médiím a rozhodovat se na základě charakteristik kandidátů.

Politická informovanost a participace mladých lidí představuje v České republice problém. Zájem o volby stále klesá, nízký je také zájem mladých lidí o politiku a navíc roste vliv médií na rozhodování občanů. Jak jsou na tom v oblasti politické informovanosti, a participace studenti Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze se dozvíme v praktické části této práce.

V první kapitole se budu věnovat politické participaci v různých typech nastavení demokratického vládnutí. Nejdříve se seznámíme s fungováním české občanské společnosti a s jejím vývojem, který nám může dát částečné vysvětlení nedůvěry občanů ke státním institucím. Následně mě bude zajímat, jak důležitá je politická informovanost. V této části budu čerpat především z výzkumů Lukáše Linka, který se této problematice intenzivně věnuje. Dále se již zaměříme na jednotlivé modely demokracie - zastupitelská, přímá, participační - a rozlišíme, jak a do jaké míry každá z nich využívá politickou participaci občanů. Na závěr první kapitoly se blíže seznámíme s některými nástroji politické participace, jako jsou například petice a referenda.

Na nástroje politické participace navazuje druhá kapitola, která se celá věnuje volební účasti jako jednomu z nástrojů politické participace. Na úvod do problematiky se seznámíme s volbami do Poslanecké sněmovny a s jejich funkcemi. Jak víme, volební účast v České republice stále klesá, klesá zájem o politické dění. S příčinami tohoto poklesu a jak tento pokles může ovlivňovat výsledky voleb

(konkrétně v tomto případě zisk jednotlivých stran ve volbách do Poslanecké sněmovny) se seznámíme právě v této kapitole.

Třetí a zároveň poslední kapitola, zakotvující nám problematiku politické participace, je kapitola o roli masových médiích v politické komunikaci. Každý kandidát se musí bezesporu naučit předat svou message. S rozšířením televize a internetu se zcela změnila komunikace mezi voliči a kandidáty. Voliči teď kandidáty mohou vidět doslova na každém kroku, neustále je posuzují, hodnotí, pozorují a to klade obrovský tlak na kandidáty, především samozřejmě v předvolebním období, kdy běží volební kampaně. Na toto období a volební kampaně se zaměříme, z velké části na kampaně negativní. Negativní kampaně se totiž za posledních několik let v České republice rozšířily, používají je jak zavedené strany jako ODS nebo ČSSD, tak i menší nové strany, jako například Věci Veřejné apod. Negativní kampaň hrála také velkou roli v prezidentské volbě, kde ji pro svou propagaci využil především Miloš Zeman. A jakou roli v předvolebních kampaních a v politickém dění obecně hrají masová média, která mají obrovský vliv na konstruování reality? V zodpovězení této otázky nám pomohou teoretici jako například Brian McNair, Andrzej Jablonski nebo Otto Eibl, které se politické komunikaci a politickému marketingu věnují.

Otázce, jak se v politické oblasti orientují studenti Fakulty mezinárodních vztahů VŠE, jak se účastí různých forem politické participace a jaké faktory ovlivňují jejich volební chování a politické preference, se věnuje praktická část této práce, jejímž cílem je popsat současný stav v této oblasti.

Výzkum bude rozdělen do několika bloků. Nejdříve si studenty v dotazníkovém šetření rozdělím podle demografických údajů, které budou později sloužit pro korelaci politické informovanosti a politické participace mezi podskupinami. Těmito demografickými údaji budou:

- pohlaví,
- počet obyvatel města, kde absolvovali střední školu,
- stupeň studia,
- studovaný obor na FMV.

Na úvod je nutné říci, že zmíněným studentům je (lépe řečeno měla by být) nejbližší formou participace účast ve volbách do Akademického senátu VŠE. Je to volba, která studenty poté ovlivňuje po celou dobu jejich studia. Zájem o tyto volby

je však celoškolsky katastrofálně nízký. Bude tomu tak i u studentů FMV? A jestli se voleb neúčastní, tak znají alespoň své zástupce v Akademickém senátu, na které by se případně obraceli? Znají tak základní věc jako jméno děkana fakulty? Na to se zaměříme v prvním části výzkumu.

Druhá část výzkumu se bude týkat politické informovanosti studentů FMV a vůbec jejich zájmu o politické dění. V tomto bloku otázek předpokládám vysoký zájem studentů FMV o politické dění v České republice a zároveň převážně správné odpovědi na základní otázky ohledně jejich politické informovanosti.

Následovat bude zkoumání účasti studentů FMV na různých formách participace, jejich postoje k volbám do Poslanecké sněmovny a jaké faktory studenti označí, že je nejvíce ovlivňují při samotném volebním rozhodnutí a v jejich dlouhodobých politických preferencích. V rámci forem politické participace očekávám, silný vztah k volbám do Poslanecké sněmovny a z ostatních forem participace by mohl převažovat podpis petice nebo účast v referendu. Nejméně studentů, se domnívám, jsou nebo někdy byli členy nějaké politické strany. Dále předpokládám, že studenti FMV průběžně sledují politiku a činnost politických stran, což na ně má také největší vliv. Vliv masových médií či volebních kampaní by u vysokoškolsky vzdělaných občanů měl být minimální.

Na závěr budeme po studentech požadovat sebehodnocení jejich orientace v politice a ohodnocení jejich míry politické informovanosti – zda se domnívají, že je jejich informovanost dostatečné pro kompetentní politickou participaci. Orientace v politice by studentům Fakulty mezinárodních vztahů neměla dělat problém a domnívám se, že i oni sami zhodnotí svou orientaci jako velmi dobrou, nicméně ohledně jejich kompetentnosti se domnívám, že k sobě budou poněkud kritičtější. I přesto se ale kompetentní bude cítit většina studentů.

Blok otázek o politické informovanosti a formách politické participace, které se studenti v minulosti zúčastnili, bude následně sloužit jako podklad pro srovnání mezi jednotlivými podskupinami. Mezi muži a ženami neočekávám velké rozdíly ani v jedné oblasti, protože v dnešní moderní době se genderové rozdíly poněkud stírají, ne však úplně a proto bych u mužů očekávala vyšší míru účasti na demonstracích.

Ohledně velikosti měst, kde studenti absolvovali střední školu, předpokládám, že budou výsledky srovnatelné, o něco větší zájem o politické dění a lepší politická informovanost by mohla být u studentů z největších měst (nad 100 000 obyvatel), potažmo také vyšší míra politické participace, jelikož v těchto

městech je nejvíce příležitostí, jak participovat. Velký rozdíl v zájmu o politické dění, politické informovanosti a míře politické participace očekávám mezi studenty bakalářského a magisterského studia a napříč obory. Předpokládám, že magisterští studenti budou mít v oblasti politické informovanosti lepší výsledky a více z nich se účastní politické participace. Mezi obory předpokládám, že studenti oborů Politologie a Diplomacie budou mít v oblasti politické informovanosti téměř perfektní výsledky a drtivá většina z nich se účastní různých forem politické participace.

1. Demokracie a politická participace

Politika je občany často vnímána jako uzavřený prostor, do kterého není v podstatě možné zasáhnout nebo ho dokonce ovlivnit. Proto se při rozhovorech o politické situaci často setkáváme s beznadějí. Politický prostor by proto měl působit jako konsensuální prostředí a nikoli jako prostředí konfliktní.[1]

Pro teoretické zakotvení pojmu politická participace se nejprve seznámíme s pojmy „občanská společnost" a „politická informovanost". Občanská společnost představuje prostor pro pluralismus a soutěžení, a teorie politická informovanost občanů je stavebním kamenem pro jejich kompetentní participaci na věcech veřejných.

1.1. Občanská společnost

Občanská společnost se vyvíjela po staletí a její dnešní podoba je výsledkem dlouhodobého vývoje. Existují dvě pojetí, která se pokouší o vymezení pojmu občanské společnosti, a sice sociokulturní pojetí občanské společnosti a ekonomické pojetí. V současné době převažuje pojetí ekonomické, jehož významný představitel je Karel Marx.[2] Marx bere občanskou společnost jako výsledek historického vývoje, ne jako přirozeně danou. Stát považuje za donucovací instituci, která odráží zájmy občanské společnosti. Občanskou společnost tedy redukuje na sféru ekonomických aktivit a výrobních vztahů a zcela přehlíží ostatní sféry společenského života.

Současné ekonomické pojetí občanské společnosti dělíme na levicové a kapitalistické. Levicové pojetí vychází právě z Marxe. Podle levicového pojetí je možná regulace bez vzniku konfliktu a všechny společenské konflikty je možné redukovat na ekonomické konflikty. Potom se beztřídní společnost rovná bezkonfliktní společnosti. Oproti tomu kapitalistické pojetí vychází z autonomního trhu a minimální role státu. Důležití ve společnosti jsou především podnikatelé a konkurenční prostředí mezi nimi, kteří se snaží posilovat svou pozici na trhu.[3]

Jak je zřejmé, definic občanské společnosti je nespočet. Uvedeme si jednu z nich, kterou ve své knize uvádí Marek Skovajsa: *„Občanská společnost, kterou*

[1] Proč participovat. *Participativní metody: Práce s veřejností* [online]. 2014 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: http://www.participativnimetody.cz/proc-participovat.html
[2] MÜLLER, Karel. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. 2. vyd. Praha: Triton, 2002, s. 68-72
[3] Tamtéž, s. 68-72

chápeme jako prostor jednání a sdružování mezi rodinou, trhem a státem, zahrnuje řadu organizací. (…) Kromě této organizované části má občanská společnost také část neorganizovanou, do níž patří např. neformální společenství a sítě, veřejná shromáždění a demonstrace a v neposlední řadě také občané."[4]

Co se české občanské společnosti týká, její vyhlídky na vývoj po roce 1989 nebyly příliš příznivé, a to kvůli její historické zkušenosti.[5] Právě po roce 1989 musela česká společnost čelit nevědomosti ohledně fungující občanské společnosti. Česká společnost se musela vypořádat s nově nabytou svobodou a pravdou je, že někdy je snazší se podřizovat nařízením shora, než činit rozhodnutí samostatně. Nutno také dodat, že situace po roce 1989 nepřispívala k pozitivnímu vývoji a k vytvoření důvěry ze strany občanů směrem k politickému uspořádání.

„To se také potvrzuje v téměř všech polistopadových průzkumech veřejného mínění, které ukazují, že politická apatie, neinformovanost a nemohoucnost jdou ruku v ruce a že toto dědictví minulosti se nejen vyznačuje zarážející rezistencí, ale ukazují se také tendence k jeho upevňování. Občané nevěří, že by mohli nějak ovlivňovat státní orgány a politiku vlády, zrovna tak ani většinou nevědí, jakým způsobem by mohli svojí politickou vůli uplatnit."[6]

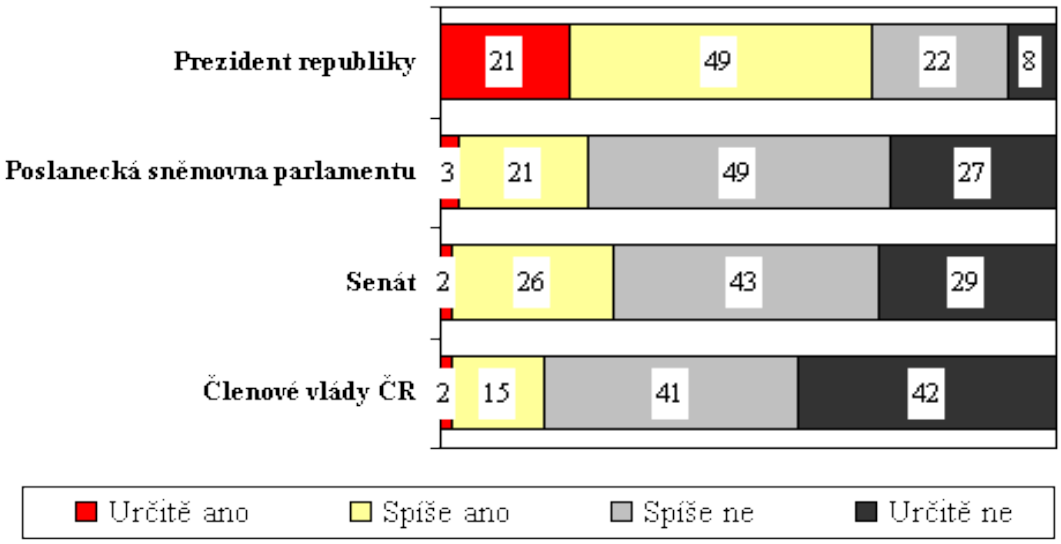
Svoboda a demokracie totiž zavazují k velké míře zodpovědnosti, což si málokdo uvědomuje a česká občanská společnost je v této oblasti ještě značně nevyspělá. Je to především důsledek nedůvěry ke státním institucím (viz Tabulka 1) a k fungování trhu a ekonomiky, kterou bylo velmi obtížné obnovit ve všech postkomunistických zemích.

[4] SKOVAJSA, Marek a kol. Občanský sektor : Organizovaná občanská společnost v České republice. Praha : Portál, 2010, s. 30-31

[5] „Netransparentně prováděná privatizace, nekontrolované převody ohromných částek, kapitálu a vlastnictví, nevymahatelnost úvěrů, neefektivnost soudů, rizikovost bankovního systému, zjevný klientelismus a korupce" MÜLLER, Karel. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. 2. vyd. Praha: Triton, 2003, s. 205

[6] MÜLLER, Karel. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. 2. vyd. Praha: Triton, 2003, s. 205

Tabulka 1: Důvěra ke státním institucím v roce 2012 (v %)[7]



Nutno také dodat, že v České republice se v posledních desetiletích velmi změnilo společenské, ekonomické a hlavně politické prostředí. Český národ je vzdělanější (viz Tabulka 2) a díky rozvoji internetu a sociálních sítí máme téměř neomezený přístup k informacím.[8] Být informovaný je základ, ale není to dostatečné. Důležité je, aby společnost uměla s informacemi adekvátně nakládat a do rozhodování se zapojila.

[7] Pramen: STEM, Trendy 9/2012, 1205 respondentů starších 18 let

[8] Proč participovat. *Participativní metody: Práce s veřejností* [online]. 2014 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: http://www.participativnimetody.cz/proc-participovat.html

Tabulka 2: Úroveň vzdělanosti obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu v letech 1950 - 2011[9]

Nejvyšší ukončené vzdělání	Rok sčítání						
	1950	1961	1970	1980	1991	2001	2011
Počet obyvatel (v tis.)							
Celkem	**6 757,8**	**7 143,0**	**7 701,0**	**7 879,9**	**8 137,8**	**8 575,2**	**8 947,6**
základní vč. neukončeného	5 606,0	5 743,7	4 086,7	3 511,7	2 696,1	1 975,1	1 571,6
střední vč. vyučení	660,9	546,9	2 225,0	2 566,9	2 878,6	3 255,4	2 952,1
úplné střední všeobecné	141,5	205,4	260,1	278,3	342,5	431,0	610,8
úplné střední odborné	194,9	437,5	774,0	1 047,8	1 515,3	1 703,9	1 814,3
jiné	.	.	9,8	11,8	9,1	296,3	365,0
vysokoškolské	69,9	156,4	263,1	393,5	582,8	762,5	1 114,7
bez vzdělání	21,7	24,5	22,2	20,1	27,8	37,9	42,4
nezjištěno	62,8	28,7	59,9	49,8	85,5	113,1	476,7
v %							
Celkem	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
základní vč. neukončeného	83,0	80,4	53,1	44,6	33,1	23,0	17,6
střední vč. vyučení	9,8	7,7	28,9	32,6	35,4	38,0	33,0
úplné střední všeobecné	2,1	2,9	3,4	3,5	4,2	5,0	6,8
úplné střední odborné	2,9	6,1	10,1	13,3	18,6	19,9	20,3
jiné	.	.	0,1	0,1	0,1	3,5	4,1
vysokoškolské	1,0	2,2	3,4	5,0	7,2	8,9	12,5
bez vzdělání	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5
nezjištěno	0,9	0,4	0,8	0,6	1,1	1,3	5,3

Pokud budou občané vědět, že jisté otázky, které se jich týkají, závisí na jejich vůli, budou mít k politice a jejím představitelům dostatečnou důvěru a zároveň také motivaci participovat. Na druhou stranu, jak upozorňuje Karel Müller, stát nemůže na občanskou společnost přenést všechny své pravomoci, protože pokud je stát všude, tak není nikde.[10]

1.2. Politická informovanost

Pro správné fungování demokratického státu jsou tedy důležití informovaní občané. Neinformovaní občané jsou v demokracii nežádoucí. Na tom se shodují odborníci.[11] Již menší shoda panuje v otázce, jakou míru znalostí by měl mít průměrný občan a zároveň jaké jsou důsledky odlišné míry politické informovanosti mezi občany.

[9] *Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu*. Praha: Český statistický úřad, 2014. Dostupné také z: https://www.czso.cz/documents/10180/20536250/17023214.pdf/7545a15a-8565-458b-b4e3-e8bf43255b12?version=1.1

[10] MÜLLER, Karel. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. 2. vyd. Praha: Triton, 2003, s. 205

[11] LINEK, Lukáš a Pat LYONS. Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 14

Mezi nejběžnější způsoby zkoumání politické informovanosti patří dotazníkové šetření, které také využiji na svůj zkoumaný vzorek studentů. Od 50. let 20. století ve Spojených státech amerických probíhala řada empirických výzkumů, jejichž výsledky nám nastiňují hlavní rozdíly mezi občany s politickými znalostmi a občany prakticky bez znalostí (označování také jako know-nothings[12]).

„Informovaní občané:

- *Se ve vyšší míře účastní voleb a jiných forem politické aktivity*
- *Hlasují spíše na základě postojů k tématům, a nikoli na základě charakteristik kandidátů*
- *Jsou mnohem efektivnější při prosazování svých zájmů*
- *Jsou více otevření logické a racionální argumentaci a jsou málo ovlivnitelní symbolickou podobou politiky"*[13]

Oproti tomu občané s minimem politických znalostí jsou velmi náchylní důvěřovat médiím a jsou více ovlivňováni nastolováním agendy. Zároveň se v těchto průzkumech ukázalo, že většina respondentů neměla žádné politické postoje a jsou charakterističtí nízkou informovaností o politických záležitostech a nevěnují pozornost veřejným záležitostem.[14] Výsledky tedy prokázaly, že politická informovanost ve společnosti je nízká a rozdíly ve znalostech jsou velké.

Navíc s ohledem na časté odmítnutí vyplnění dotazníku nadhodnocují dotazníková šetření míru politických znalostí. Míra odmítnutí v USA a západní Evropě je okolo 30 %, v dotazníkových šetřeních v České republice dosáhla tato míra 50 %. Tato míra je důležitá, jelikož právě tito občané se o politiku nezajímají a mají nižší míru politických znalostí. Vysoká míra odmítnutí tak vede ke zkreslení výsledků dotazníkových šetření.

Stejně jako míra politické informovanosti, je také podstatná schopnost občanů správně si vybrat politickou stranu na základě svých preferencí.[15] K tomu, aby si občané správně vybrali, musí být dostatečně informováni, musí znát své preference, na základě těchto preferencí musí umět strany mezi sebou rozlišit a následně hlasovat na základě tohoto srovnání. Vliv politické informovanosti však není uniformní, jak

[12] Zcela neznalé, nevzdělané osoby. Know-nothing. *The free dictionary* [online]. [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://www.thefreedictionary.com/know-nothing

[13] LINEK, Lukáš a Pat LYONS. Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 15

[14] Tamtéž, s. 15

[15] Tamtéž, s. 16-18

ukázaly některé výzkumy například ve Velké Británii, protože voliči nezacházejí se všemi tématy shodně. Některým tématům přisuzují v rozhodování větší význam.

Pat Lyons, vědecký pracovník Sociologického ústavu Akademie věd České republiky, ve své publikaci rozděluje politické znalosti na občanské politické znalosti (znalost politických lídrů, institucí, pravidel, volebního systému apod.) a znalosti veřejných politik a programů[16] (schopnost respondenta odlišit politické strany na základě jejich programu).

Ke zjištění občanských politických znalostí v České republice bylo do šetření „ISSP Role vlády“[17] v roce 2006 přidáno devět otázek. Tyto otázky se dělily na otázky na regionální politiku, národní politiku a politiku mezinárodní. Z hlediska tematického členění je možné otázky rozdělit na otázky na politické instituce a procesy, na politické aktéry a na všeobecná politická fakta (viz Tabulka 3).

[16] LINEK, Lukáš a Pat LYONS. Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 20

[17] International Social Survey Programme představuje mezinárodní spolupráci v oblasti výzkumných šetřeních. Výzkum se koná každoročně a vždy je určeno téma, na které se výzkum zaměřuje. General information. International Social Survey Programme [online]. 2010 [cit. 2016-01-27]. Dostupné z: http://www.issp.org/

Tabulka 3: Odpovědi na různé typy otázek po občanských politických znalostech (řádková procenta)[18]

Otázka, úroveň a téma	správně	nesprávně	neví
Regionální politika			
Uvést jméno hejtmana respondentova kraje†	68	6	26
Odpovědnost za odvoz domácího odpadu*	55	17	28
Průměr	60	10	30
Národní politika			
Způsob volby prezidenta ČR†	73	8	19
Rok ustavení ČR‡	71	17	12
Volební systém pro volby do PS*	24	24	52
Průměr	56	16	28
Mezinárodní politika			
Počet členů EU‡	54	9	37
Způsob výběru předsedy Evropské komise*	47	10	43
Kanada stálým členem Rady bezpečnosti OSN‡	18	27	55
Průměr	40	15	45
Tematické členění			
* instituce a politické procesy (průměr)	49	14	37
† političtí aktéři (průměr)	65	8	27
‡ obecná politická znalost (průměr)	48	18	35
N	1,201	1,201	1,201

Jak vidíme z výsledků, občané znají lépe regionální a národní politickou situaci než tu mezinárodní. V mezinárodní oblasti odpovídali respondenti nejčastěji, že neví. Z těchto výsledků bychom tedy mohli oblasti rozdělit na znalosti domácí politiky a politiky mezinárodní.

Pokud se podíváme na výsledky podle tematického členění občanských politických znalostí, které najdeme na konci Tabulky 3, úroveň správných odpovědí je téměř stejná v oblasti politických institucí a procesů a v oblasti obecných politických znalostí. O něco málo větší míru správných odpovědí zaznamenal výzkum v oblasti politických aktérů.[19]

[18] LINEK, Lukáš a Pat LYONS. Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 23

[19] Vyšší míru správných odpovědí u otázek týkajících se politických aktérů můžeme do jisté míry přisoudit tomu, že výzkum proběhl po volbách do Poslanecké sněmovny, které jsou výrazně personalizovány, stejně jako je personalizována politika v poslední době obecně. LINEK, Lukáš a Pat LYONS. Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008, s. 22

1.3. Modely demokracie a politická participace

Někteří autoři jako například John Gastil[20] se domnívají, že demokracie neexistuje, nikdy neexistovala a ani existovat nebude. Rozdíl mezi ideální demokracií a skutečnou vládou je tak velký, že někteří teoretici pojem demokracie ani nepoužívají k popsání politického systému. Je však těžké skutečně pochopit a zhodnotit systém aniž bychom věděli, jak má teoreticky fungovat. Zkoumat různé modely demokracie nám například odhaluje, že každý model demokracie klade odlišný důraz na volební zodpovědnost a veřejný projev. Z tohoto pohledu můžeme demokracii rozdělit na zastupitelskou, přímou a participační.

Nejprve se seznámíme s modelem zastupitelské demokracie, jejíž model známe například z České republiky nebo také ze Spojených států amerických. Zastupitelská demokracie je takový systém vlády, jehož zásadní podmínkou jsou pravidelně konané svobodné volby.[21] V nich oprávnění občané volí své zástupce, aby za ně schvalovali zákony a rozhodovali o dalších záležitostech. Zvolení zástupci poté hypoteticky jednají ve prospěch obyvatel a státu. Tento model známe i z České republiky, kde občané volí členy Parlamentu, krajských zastupitelstev a nově občané volí i prezidenta republiky.

V modelu zastupitelské demokracie je zásadním problémem schopnost správně rozlišit a zformulovat soudy občanů o politice. Než samotný občan dokáže rozpoznat, zda je jím zvolený zástupce úspěšný či neúspěšný v reprezentování jeho zájmů, musí si nejdříve stanovit, jaké jeho zájmy jsou.[22]

Občané se navíc musí naučit dívat za svoje zájmy a zajímat se také o to, jaká politika nejlépe slouží veřejnému zájmu a jaké zájmy mají ostatní spoluobčané, což je pro jednotlivce mnohem větší výzva než definovat své zájmy.[23]

Předchůdcem zastupitelské demokracie je model demokracie přímé. Přímá demokracie má kořeny v 5. stol. př. n. l. v řeckých městských státech, kde se rozvíjel systém založený na kolektivním rozhodování a přímé participaci svobodných občanů.[24] Z 18. století můžeme jako zastánce přímé demokracie jmenovat například

[20] GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000, s. 10
[21] ČMEJREK, Jaroslav, Václav BUBENÍČEK a Jan ČOPÍK. *Demokracie v lokálním politickém prostoru*. Praha: Grada, 2010, s. 51
[22] GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000, s. 19
[23] Tamtéž, s. 19
[24] ČMEJREK, Jaroslav, Václav BUBENÍČEK a Jan ČOPÍK. *Demokracie v lokálním politickém prostoru*. Praha: Grada, 2010, s. 9

Jeana Jacquesa Rousseaua[25], který byl zastáncem obecné vůle, kterou by měly odrážet vládní instituce.

V přímé demokracii je důležitá rovnost všech obyvatel, aby byla zaručena stejná míra vlivu na politiku.[26] V současné době jsou prvky přímé demokracie nejvíce uplatňovány ve Švýcarsku, kde je tento model výsledkem několikasetletého historického vývoje. I přes existenci zastupitelských orgánů, jako je známe například z České republiky, se ve Švýcarsku k rozhodování velmi často využívá referendum. Politické instituce poté nemohou rozhodnutí přijaté v referendu změnit a občané tak mají ve svých rukou svrchovanou moc.[27] Ani zde však není přímá demokracie uplatňována vždy a mluvíme tak spíše o polopřímé demokracii.[28]

Na pomezí modelů přímé demokracie a zastupitelské demokracie se nachází demokracie participační. Ta považuje politickou participaci přímo za prostředek budování demokracie a občanské společnosti.[29] Teorie participační demokracie tedy představuje jedno z východisek této práce.

Pro teoretiky participační demokracie je nejdůležitější rozšíření oblastí, ve kterých přímo rozhodují občané, a z toho vyplývající výrazné zapojení občanů do politiky. Participační demokracie nabízí oproti zastupitelské demokracii širší možnost politické participace občanů. Občané mají nejčastěji možnost zapojit se do rozhodování prostřednictvím referend a iniciativ.[30]

Participace je podle teoretiků důležitá i pro samotné občany, protože napomáhá jejich osobnostnímu rozvoji. [31] Nečinnost v politickém dění je v modelu participační demokracie hodnocena jako negativní. Participační demokracie je taková

[25] CABADA, Ladislav a Michal KUBÁT. Úvod do studia politické vědy. Praha: Eurolex Bohemia, 2002, s. 352-355

[26] GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000, s. 11

[27] ROUSOVÁ, Jindřiška. Příčiny nízké občanské a politické participace dětí a mládeže v ČR [online]. Praha, 2012 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z: https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/105413/. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Prof. PhDr. Potůček Martin, CSc., MSc.

[28] DVOŘÁKOVÁ, Lucie. *Volební a stranický systém ve Švýcarsku a jejich vzájemný vliv s ohledem na změnu volebního systému v roce 1918*. Brno, 2007. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Mgr. Jakub Šedo, PhD.

[29] Formy a typy nevolební politické participace v Evropě. *SOCIOweb* [online]. 2009 [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=373&lst=105

[30] GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000, s. 11

[31] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 11

demokracie, kde *„co největší počet občanů se podílí na co největším počtu rozhodnutí“*[32] a mohou tak významně přispět do rozhodování.

Stěžejním bodem participační demokracie je tedy účast občanů v různých podobách a zapojení všech občanů do věcí veřejných. Zde je zapojení všech občanů poněkud sporné a je nutné ho brát spíše jako ideál. Zapojení všech občanů by znamenalo účast i dětí a mládeže. Tuto myšlenku upřesňuje přední teoretik demokracie Robert Dahl, který mluví o *„zapojení všech dospělých… “*.[33]

V participačním modelu demokracie nemají občané takové pravomoci jako v modelu přímé demokracie, ale očekává se od nich aktivita v politické oblasti.[34] Vytváří tak prostor pro setkávání institucionalizované moci s občany a je tak oboustranně přínosná jak z krátkodobého tak z dlouhodobého hlediska. Milan Hrubeš z Masarykovy Univerzity shrnuje výhody participační demokracie do následujících bodů:

- *„efektivní a účelný rozvoj a plnění různých (politických) programů*
- *vytváření většího porozumění pro politické záležitosti, zájmy, priority a řešení*
- *budování širší podpory pro různé programy a iniciativy*
- *odrážení širšího rozsahu veřejných zájmů a hodnot v rozhodování*
- *zvyšování vzájemného vědění prostřednictvím sdílení informací, dat a zkušeností*
- *umožnění vysoce kvalitního a demokratického vedení*
- *budování sebevědomí veřejnosti a důvěry v rozhodování*
- *zajištění, aby rozhodnutí a strategie v sobě obsahovaly znalosti a odbornosti, které by jinak mohly být přehlédnuty*
- *rychlé stanovení možných kontroverzních aspektů otázky a pomoc při spojování rozdílných názorů, aby bylo dosaženo shody v duchu spolupráce*
- *posílení občanských schopností.“*[35]

Na druhou stranu je nutné si uvědomit, že model participační a především přímé demokracie představuje nebezpečí, pokud podléhá populistům a jejich negativně zaměřené kampani. Navíc přímá demokracie neumí dělat kompromisy.

[32] CABADA, Ladislav a Michal KUBÁT. Úvod do studia politické vědy. Praha: Eurolex Bohemia, 2002, s. 342
[33] DAHL, Robert. O demokracii : Průvodce pro občany. Praha : Portál, 2001, s. 39
[34] GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000, s. 12
[35] Proč participovat. *Participativní metody: Práce s veřejností* [online]. 2014 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: http://www.participativnimetody.cz/proc-participovat.html

Přímou demokracii můžeme charakterizovat jako buď anebo, přítel nebo nepřítel, výhra nebo prohra, pro kompromisy v ní není prostor.

1.4. Nástroje politické participace

V České republice (a i v dalších zastupitelských demokraciích) se v dnešní době využívají prvky přímé demokracie – například referendum, petice a lidová iniciativa, s kterými se seznámíme blíže.

Prostřednictvím referenda rozhodují občané o daných otázkách státu, většinou formou hlasování. Referendum je buď obligatorní, kdy se k určité otázce musí vyjádřit občané, nebo fakultativní. V případě fakultativního referenda se jedná o referendum konané po iniciaci státními orgány či na základě lidové iniciativy.[36]

V České republice existují i referenda na úrovni obcí - místní referenda a referenda na úrovních krajů - krajská referenda. Těchto referend se mohou účastnit všichni občané obce nebo kraje, kteří mají právo volit do obecních nebo krajských zastupitelských orgánů.[37]

Referenda mají také různou míru závaznosti pro vládnoucí orgány. Podle míry závaznosti je dělíme na referenda:

a) závazná – vláda se výsledkem referenda musí řídit

b) konzultativní – vláda musí vzít na výsledek referenda ohled, ale nemusí se jím řídit

c) ratifikační – občané schvalují rozhodnutí vlády nebo jiných státních orgánů.[38]

Výsledek místního i krajského referenda v České republice je platný v případě, že se referenda účastnilo alespoň 35 % oprávněných voličů. Výsledek referenda je závazný, pokud pro něj hlasovala nadpoloviční většina oprávněných voličů a zároveň 25 % oprávněných osob zapsaných na seznamech oprávněných voličů. Výsledky místního a krajského referenda jsou pro zastupitelstvo a orgány

[36] HLOUŠEK, Vít, KOPEČEK, Lubomír. Demokracie : teorie, modely, osobnosti, podmínky, nepřátelé a perspektivy demokracie. Brno : Masarykova univerzita v Brně. Mezinárodní politologický ústav, 2003, s. 40

[37] Občanské aktivity. Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 2015 [cit. 2015-12-29]. Dostupné z: http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d

[38] ROUSOVÁ, Jindřiška. Příčiny nízké občanské a politické participace dětí a mládeže v ČR [online]. Praha, 2012 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z: https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/105413/. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Prof. PhDr. Potůček Martin, CSc., MSc.

kraje a pro zastupitelstvo a orgány obce a zastupitelstvo statutárního města závazné.[39]

Dalším z institutů přímé demokracie je lidová iniciativa. Prostřednictvím lidové iniciativy mohou občané podnítit vládu k určitému jednání.[40] Po shromáždění dostatečného počtu hlasů mají občané možnost vystoupit s návrhem zákona, nebo jiným požadavkem a vláda má povinnost se jím zabývat.

Petice je nástroj přímé demokracie, který je využíván v České republice. Petiční právo je ústavně zakotveno v 18. čl. Listiny základních práv a svobod.[41] Každý se může prostřednictvím petice obrátit na státní orgány a orgány územní samosprávy ve věcech veřejného a jiného společného zájmu s návrhy, stížnostmi a žádostmi. Tyto však nesmí být v rozporu s nezávislostí soudů a nesmí vyzývat k porušování základních lidských práv a svobod uvedených v Listině základních práv a svobod.

Podat petici tedy mohou občané České republiky. Ti mohou vytvořit petiční výbor a určit jednu osobu starší 18 let, která je bude zastupovat při jednání se státními orgány. K podpisu petice potom může občan, nebo petiční výbor vyzývat jakýkoli způsobem, který je v souladu se zákony. Pod petici potom občan uvede své jméno, příjmení, bydliště a podpis. Státní orgán, kterému byla petice doručena, se peticí musí zabývat a do 30 dnů písemně odpovědět tomu, kdo ji podal nebo tomu, kdo zastupuje petiční výbor.[42]

Dalším institutem přímé demokracie je podle nizozemského politologa A. Lijpharta přímá volba hlavy exekutivy (většinou prezidenta). Lijphart dokonce poukazuje na to, že prezidentské volby mají ve většině zemí větší volební účast než volby do zákonodárných orgánů a to dokonce i v zemích, ve kterých není prezidentský systém.[43] Přímá volba prezidenta byla nově zavedena i v České

[39] Občanské aktivity. Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 2015 [cit. 2015-12-29]. Dostupné z: http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d
[40] ROUSOVÁ, Jindřiška. Příčiny nízké občanské a politické participace dětí a mládeže v ČR [online]. Praha, 2012 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z: https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/105413/. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Prof. PhDr. Potůček Martin, CSc., MSc.
[41] Ústava České republiky a Listina základních práv a svobod ze dne 16. prosince 1992
[42] Občanské aktivity. Ministerstvo vnitra České republiky [online]. 2015 [cit. 2015-12-29]. Dostupné z: http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d
[43] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 159-161

republice.[44] Většina politologů však přímou volbu hlavy státu za nástroj přímé demokracie nepovažuje.[45]

Nepochybně však mezi nástroje politické participace dále patří členství v politických stranách, kontaktování zvoleného zástupce, členství v občanských sdruženích, účast na demonstracích, účast na diskuzních fórech, zakládání politických stran a hnutí a následné kandidování ve volbách, nebo v neposlední řadě samotná volební účast, které se podrobněji věnuje následující kapitola.

[44] V prezidentské volbě byla volební účast 61 % v prvním a 59 % v druhém kole, což se shoduje s účastí v posledních třech volbách do Poslanecké sněmovny (okolo 60 %). Výsledky voleb a referend. VOLBY.CZ [online]. 2015 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://volby.cz/

[45] HLOUŠEK, Vít, KOPEČEK, Lubomír. Demokracie : teorie, modely, osobnosti, podmínky, nepřátelé a perspektivy demokracie. Brno : Masarykova univerzita v Brně. Mezinárodní politologický ústav, 2003, s. 42

2. Volby a volební účast jako jeden z nástrojů politické participace

Praktická část této práce se mimo jiné bude věnovat účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky, proto se v následujícím textu blíže seznámíme s funkcí voleb v demokratických systémech a s teoriemi volební účasti.

2.1. Funkce voleb

Jak již bylo zmíněno výše, tak volební účast rozhodně není jediným nástrojem politické participace, nicméně někteří autoři zmiňují, že se jedná o ten nejdůležitější.[46] V případě České republiky dávají volby obyvatelům možnost vyjádřit své preference volbou politických stran a jejich kandidátů. Obyvatelé tak rozhodují o tom, kdo bude vládnout a jaká politika bude prosazována v zákonodárných a výkonných orgánech. Jako nejdůležitější funkce voleb do Parlamentu České republiky uvádí Lukáš Linek ve své knize následující dvě funkce:

(1) legitimizace parlamentního systému a

(2) legitimizace držitelů moci.[47]

Funkce (1) odkazuje na důležitou roli voleb, kterou hrají v každém demokratickém systému. Podle Dahla nebo Sartoriho[48] je politický systém legitimní, pokud je demokratický a demokratický je, pokud jsou v něm umožněny spravedlivé volby. Na druhé straně musí občané parlamentní volby vnímat jako nástroj k legitimizaci vlády a jako možnost vyměnit držitele moci. Politická participace občanů skrze volby tedy představuje aktivní souhlas s režimem a s jeho představiteli. Kromě legitimizace politického režimu volby také delegitimizují například násilné formy prosazování politických cílů.

Druhá výše zmíněná funkce voleb (2) představuje možnost obyvatel ovlivňovat veřejné politiky. Naprosto nezbytné pro tuto funkci voleb je zajištění výběru mezi kandidujícími osobami. Občané se snaží dosahovat svých cílů instrumentálním výběrem strany. Z tohoto důvodu, mají volby jako nástroj legitimizace vládnoucích osob smysl v tu chvíli, pokud výběr těchto osob závisí na

[46] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 12
[47] Tamtéž, s. 8
[48] Tamtéž, s. 8

programové nabídce kandidátů. V průběhu voleb dochází k definování budoucí politiky. Volby ve většině případů vychází z míry spokojenosti s předchozí vládou, a proto volby zajišťují odpovědnost držitelů moci.[49]

Funkce voleb však nejsou jen dvě výše zmíněné, ale je jich mnohem více a navzájem se prolínají.[50] Jako příklad dalších funkcí voleb můžeme zmínit, že volby představují proceduru pokojného řešení konfliktů ve společnosti, umožňují občanům ovlivňovat mocenské změny, zabezpečují konkurenční prostředí v politice, jsou prostředkem politické mobilizace a socializace občanů, představují nástroj vytváření „společné vůle" a jistě bychom mohli jmenovat další funkce.

Do jaké míry volby tyto funkce skutečně plní záleží na několika faktorech dané společnosti. Důležitým faktorem je například míra jazykové, náboženské, etnické, nebo ekonomické homogenity společnosti a také v jakém jsou spolu vztahu, jak se navzájem ovlivňují.[51] Je pravděpodobné, že čím vyšší je míra homogenity obyvatelstva, tím vyšší je míra konsensu v základních otázkách[52], která následně umožní efektivnějších řešení společenských problémů.

2.2. Průběh voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky

Na to, jak v České republice probíhají volby do Poslanecké sněmovny, kterých se týkají následující body praktické části, se zaměříme dále. *„Volby do obou komor Parlamentu České republiky se podle Ústavy České republiky konají na základě všeobecného, rovného a přímého volebního práva tajným hlasováním. Parlamentních voleb se může účastnit každý občan České republiky starší 18 let, který je způsobilý k právním úkonům a jehož svoboda není omezena z důvodu ochrany zdraví."*[53]

[49] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 8 - 9
[50] Politické účinky volebních systémů - I. FUNKCE VOLEB. Juristic [online]. 2001 [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: http://ustavni2.juristic.cz/77573/clanek/ustava2.html
[51] Zda vedle sebe existují v poklidu a souznění nebo jsou spolu naopak v konfliktu.
[52] Politické účinky volebních systémů - I. FUNKCE VOLEB. Juristic [online]. 2001 [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: http://ustavni2.juristic.cz/77573/clanek/ustava2.html
[53] Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300

Volby probíhají ve stálých volebních okrscích vždy ve dvou dnech, v pátek a v sobotu, a vyhlašuje je prezident republiky vždy 90 dní předem. Volit mohou i čeští občané žijící v zahraničí prostřednictvím zastupitelských úřadů.[54]

Pro následné rozdělování mandátů je rozhodující, mimo jiné, volební systém. Do Poslanecké sněmovny v České republice je stanoven volební systém poměrného zastoupení. Jako poměrný volební systém označujeme soubor pravidel, pomocí kterých se hlasy přepočítávají na mandáty. Výsledkem je relativní poměrnost mezi přidělenými mandáty a výsledkem hlasování.[55] Relativní poměrnost říkám z toho důvodu, že na konečné rozdělení mandátů má vliv několik faktorů. Největší vliv mají volební formule (metody, pomocí nichž jsou hlasy převáděny na mandáty) a uzavírací klauzule (minimální podíl voličských hlasů nutný k získání nároku na zastoupení v Poslanecké sněmovně). Dále také velikost volebních obvodů, počet skrutinií, nebo charakter kandidátních listin.

Před samotným rozdělením mandátů se uplatňuje tzv. volební klauzule. Volební klauzule představuje minimální počet hlasů, které musí politická strana nebo hnutí získat, aby měla/mělo nárok na zastoupení v Poslanecké sněmovně. Volební klauzule existuje jako prevence před přílišnou roztříštěností politické reprezentace, ke které by v poměrném volebním systému bez volební klauzule pravděpodobně docházelo.[56] Dodejme také, že volební klauzule bezesporu zvýhodňuje celostátně působící strany a znevýhodňuje strany regionální.

Ve volbách do Poslanecké sněmovny postupují do skrutinia *„politické strany a hnutí, které získaly alespoň 5 % platných hlasů na celostátní úrovni, dále dvoučlenné koalice, které získaly alespoň 10 % platných hlasů, trojčlenné koalice, které získaly alespoň 15 % a čtyř a vícečlenné koalice, které získaly alespoň 20 % hlasů.“*[57] Politické strany a hnutí, které tuto podmínku nesplní, nezískávají žádný mandát.

Jak jsme již zmínili, dalším důležitým faktorem pro rozdělení mandátů je metoda převodu hlasů na mandáty. Pro tento převod se pro rozdělení mandátů

[54] Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300
[55] Poměrné volební systémy. Institut politického marketingu [online]. 2013 [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/pomerne-volebni-systemy
[56] Volební klauzule. Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky [online]. [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=304
[57] Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300

v Poslanecké sněmovně používá tzv. D'Hondtův dělitel[58]. Tato matematická metoda spočívá v dělení počtu platných hlasů získaných každou politickou stranou, hnutím nebo koalicí[59] ve volebním kraji řadou přirozených čísel (1, 2, 3, …). Mandáty jsou potom rozdělovány postupně podle velikosti takto vzniklých podílů. Podílů tedy bude tolik, kolik je rozdělovaných mandátů v příslušném volebním kraji a budou seřazeny podle velikosti. Každá strana, hnutí nebo koalice potom obdrží tolik mandátů, kolikrát se objevuje v tomto seznamu.[60]

Dalším z faktorů ovlivňujících poměrnost rozdělení mandátů je povaha kandidátní listiny. Jednotlivé povahy kandidátních listin se odlišují především v možnosti ovlivnit pořadí kandidátů. Pro volby do Poslanecké sněmovny se používá vázaná kandidátní listina s možností preferenčních hlasů. Voliči mohou rozdělit 4 preferenční hlasy.[61]

2.3. Teorie volební účasti

Výše zmíněné funkce přímo souvisejí s volební účastí. Volby a volební účast fungují především jako způsob legitimizace politického režimu a držitelů moci a v tom případě podle Lukáše Linka při nízké volební účasti dochází k ohrožení legitimity režimu. Vláda tak závisí pouze na malém počtu ovládaných voličů a pro zbytek veřejnosti vláda zcela postrádá legitimitu. Naproti tomu vysoká volební účast nevypovídá o dostatečné legitimitě politického režimu[62] – pokud ale velká část voličů začne podporovat protidemokratické strany, lze jen těžko mluvit o dostatečné legitimitě režimu.

Důležitější než samotná výše volební účasti je proporcionalita sociálních skupin. Podle A. Lijpharta při vysoké volební účasti jsou malé rozdíly v zastoupení jednotlivých sociálních skupin, kdežto při nízké volební účasti je tomu naopak.[63]

[58] Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300
[59] Které postoupili do skrutinia.
[60] LEBEDA, Tomáš. Hlavní proměnné proporčních volebních systémů. Sociologický časopis. 2001, roč. 37, čís. 4, s. 437 [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/f213451ab2ebbfd43a47e9a357052f59876adc77_140_425LEBEDA.pdf
[61] Povaha kandidátní listiny. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=306
[62] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 9
[63] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 284

Tato nerovnost se poté nedotkne pouze zvolené politické reprezentace, ale především politické agendy obecně. Političtí aktéři určitá témata úplně přestanou diskutovat a zařazovat do svých programů, ne však proto, že by se tato témata týkala malého počtu lidí, ale proto, že ti lidé, kterých se problém týká, nechodí k volbám a je velmi těžké je k účasti ve volbách motivovat. Přitom volební účast je *„formou politické participace s nejnižší mírou společenské nerovnosti.“*[64]

Na volební účast a především tedy neúčast existuje několik pohledů. Jeden pohled vidí vysokou volební účast jako důležitou a nízká volební účast je vnímána jako nebezpečí systému (například Lijphart[65]). Volební účast je v tomto případě považována za podporu politického systému, ochota podpořit politické aktéry a přijmutí role demokratického občana.

Další pohled, který vychází z elitistického pojetí demokracie Sartoriho nebo Schumpetera[66], chápe volební účast jako vyjádření spokojenosti občanů se stavem věcí ve státě. V tomto pojetí je kladen důraz na zodpovědné politické elity. Pokles volební účasti znamená, že nevoliči věří, že se věci budou nadále vyvíjet pozitivně i bez jejich účasti ve volbách a nevoliči tak pro systém nepředstavují nebezpečí. Tento předpoklad totiž také znamená, že pokud budou nevoliči s politickým, společenským nebo hospodářským vývojem státu nespokojeni, k volbám opět přijdou. Volby tedy představují poklidné zachování či změny vládnoucích elit.

Způsobů politické participace je mnohem víc než jen účast ve volbách, proto soudit legitimitu systému pouze podle výše volební účasti není dost dobře možné. Nelze přesně stanovit výši volební účasti, nad kterou je režim legitimní, ale můžeme tvrdit, že pokud by účast ve volbách do nejdůležitějších zastupitelských orgánů klesla například pod 20 %, tak by to bylo znepokojující a jistě by to poukazovalo na problém v politické realitě.[67]

Co se týče vlivu volební účasti na politickou reprezentaci, zde můžeme obecně říci, že při vyšší volební účasti dochází k menšímu zkreslení preferencí

[64] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 9

[65] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999.

[66] SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalism, socialism and democracy*. 5th ed. London: Routledge, 1976, s. 269 - 273

[67] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 12

občanů.[68] Při téměř 100 % volební účasti jen stěží dojde k významnému zkreslení, jelikož skupina s nižším sociálním statusem, která většinou tvoří nevoličskou část obyvatel, je malá. Oproti tomu při nižší volební účasti můžeme předpokládat výraznější nerovnost v účasti a potažmo i nerovnost ve složení daného zastupitelského orgánu.

Nutně také musíme znát motivaci, která ovlivňuje právě to rozhodnutí, jestli lidé k volbám chodí nebo ne. Pokud nevoliči, vnímají svou neúčast jako tichý souhlas, v tom případě nízká volební účast nijak nesnižuje legitimitu režimu.[69] Pokud ovšem nevoliči k volbám nechodí, protože mají pocit, že svým rozhodnutím stejně nic nezmění, nebo pokud je volební účast založena na velké nerovnosti jednotlivých sociálních skupin, potom to problém pro politický režim představuje.[70] Proto znovu zopakujme, že nelze hodnotit kvalitu demokracie pouze podle výše volební účasti.

Volební účast je nahlížena ze dvou perspektiv – ze systémové perspektivy a z perspektivy individuální.[71] První typ analyzuje vývoj míry volební účasti v čase, mezi různými územními jednotkami (samosprávně územní celky, státy). Z individuální perspektivy volby zkoumáme proto, abychom se dozvěděli, co stojí za rozhodnutím jít nebo nejít k volbám. Pro tuto práci a její praktickou část bude podstatné především zkoumání volební účasti z individuální perspektivy.

Zkoumání individuální motivace k volební účasti není snadné. Důvody, které vedou každého člověka k volbám, se velmi liší, stejně jako se liší důvody, kvůli kterým lidé k volbám nechodí. Každý jedinec má i jiný společenský kontext, ve kterém se rozhoduje. Tyto důvody jsou odlišné v rámci jednotlivých specifických segmentů společnosti, jako jsou například starší občané, vysokoškolští studenti[72] apod. Z toho důvodu teorie, které byly koncipovány na celou populaci, nejsou dost dobře aplikovatelné na tyto specifické skupiny ve společnosti.[73]

Teorie se odlišují i v dalších aspektech, a sice například v otázce, proč se jedinci vlastně voleb účastní. Některé zmiňují sociální tlak, jiné zase expresivní

[68] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 284
[69] SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalism, socialism and democracy*. 5th ed. London: Routledge, 1976, s. 269 - 273
[70] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 284
[71] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 35
[72] Ti budou představovat výzkumnou skupinu pro tuto práci.
[73] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 36

motivace, další uvádějí jako důvod účasti ve volbách kalkulaci vlastního užitku. Jak je tedy zřejmé, základních přístupů k vysvětlení volební účasti je celá řada. V současné době, můžeme základní teorie volební účasti rozlišit do následujících přístupů:

- teorie socioekonomického statusu a zdrojů
- teorie motivace
- teorie mobilizace
- teorie racionální volby
- teorie valenčního hlasování
- teorie habituálního hlasování.[74]

Zjednodušeně řečeno, v **teorii socioekonomického statusu a zdrojů** lidé k volbám chodí, protože mohou. Tato teorie analyzuje volební účast na základě indikátorů sociálního statusu (příjem, vzdělání, typ zaměstnání) a demografických ukazatelů (pohlaví, věk). *„Voleb se účastní lidé s vyšším socioekonomickým statusem, protože disponují více zdroji, jako jsou peníze, schopnosti nebo čas, které jim umožňují snížit, resp. zvládnout náklady na hlasování a které jim umožňují dosáhnout zisky z hlasování.“*[75] V případě této teorie není tedy rozhodnutí o účasti ve volbách vázáno na volbu strany a rozhodnutí o účasti je činěno těsně před volbami.

Teorie motivace vysvětluje volební účast na základě hodnotových a postojových orientací a na základě vazeb k politice (zájem o politiku, osobní pocit z efektivnosti politiky, přesvědčení o důležitosti účasti ve volbách apod.). V této teorii tedy lidé volí, jednoduše proto, že chtějí. Volební účast tedy vysvětluje primárně na psychologických faktorech. Volební rozhodnutí je proto souhrn všech předchozích událostí v životě voliče. *„Není nutné brát v potaz události, instituce a jiné exogenní faktory, neboť předpokládáme jejich překlopení do osobního vnímání politiky.“*[76] Rozhodnutí jedince o účasti ve volbách závisí na dlouhodobých hodnotách a postojích, proto je toto rozhodnutí učiněno časově daleko od samotných voleb.

Teorie mobilizace počítá s tím, že občany někdo oslovil a z toho důvodu se zúčastní voleb. Bere v úvahu mobilizační schopnosti politických stran, hnutí,

[74] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 38
[75] Tamtéž, s. 39
[76] Tamtéž, s. 43

zájmových skupin, stejně tak jako mobilizační schopnosti lidí v našem okolí (rodina, kolegové v práci, sociální sítě apod.).[77] Tato teorie klade důraz na vliv politického a sociálního kontextu na volební rozhodnutí. V tomto případě není přímá vazba mezi rozhodnutím o účasti ve volbách a rozhodnutím pro konkrétní stranu nebo hnutí.[78] Částečně ale tato rozhodnutí propojená jsou, jelikož je mobilizace často zaměřena právě na strany a jejich kandidáty. Samotné volební rozhodnutí je potom učiněno těsně před volbami.

Jak již napovídá její název, podle **teorie racionální volby** se lidé ve volbách rozhodují racionálně a voleb se účastní, protože předpokládají svůj užitek z hlasování pro konkrétní stranu. Jedinec si nejprve na základě kalkulace vybere politickou stranu a následně se rozhodne, zda se zúčastní voleb. Volič tak přebírá chování tzv. homo economicus[79] (člověk racionálně uvažující a hospodařící, který se zaměřuje především na zvyšování zisku). Tato teorie tedy nebere v potaz politický a sociální kontext a volební účast vysvětluje souběžně s volbou konkrétní strany. Volební rozhodnutí lidé činí stejně jako všechna ostatní rozhodnutí – pomocí porovnávání nákladů a příjmů. Užitek z volby je však také podmíněn pravděpodobnosti ovlivnění skutečného výsledku voleb, v čemž nalézáme zádrhel této teorie. V pokusech tento problém vyřešit, se tato teorie přibližuje teorii motivace a teorii mobilizace.[80]

Teorie racionální volby, je podle **Teorie valenčního**[81] **hlasování** poněkud omezená. Teorie valenční volby vychází také z předpokladu užitku z volby, ale tento užitek nekonstruuje pouze na základě programové odlišnosti politických stran a jejich vzdálenosti od voliče. V teorii valenčního hlasování záleží voličům také na shodě v dalších tématech, jako jsou například silná ekonomika, nízká nezaměstnanost a míra inflace, dobře fungující veřejné služby, nízká kriminalita, boj s korupcí, životní prostředí apod. Kandidáti tedy musí být voliči spatřováni jako kompetentní v těchto oblastech. Tato teorie oproti teorii racionální volby,

[77] O volební účasti aneb Proč (ne)chodíme k volbám. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: http://mazak.blog.ihned.cz/c1-61774220-o-volebni-ucasti-aneb-proc-ne-chodime-k-volbam

[78] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 45-50

[79] Teorie racionální volby. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/teorie-racionalni-volby

[80] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 50-57

[81] Valence znamená schopnost něco na sebe vázat, nějaké další prvky. Pojem valence. *SCS.ABZ.CZ: Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/valence

nepředpokládá, že je volební účast ovlivněna pravděpodobností ovlivnění výsledku hlasování.[82] Stejně jako u teorie racionality, i v teorii valenčního rozhodování je účast ve volbách propojena s volbou strany a proto je rozhodnutí o účasti ve volbách učiněno těsně před samotnými volbami.

Poslední ze současných teorií, je **teorie habituálního[83] hlasování**, která pracuje s předpokladem, že mají lidé volební účast naučenou a že existuje výrazná skupina obyvatel, která opakovaně hlasuje v po sobě jdoucích volbách. Tím pádem se míra volební účasti mění jen velmi pozvolna. Stálost volební účasti vysvětluje teorie habituálního hlasování tím, že lidé dělají podobná rozhodnutí za podobných podmínek.[84] Hlasování ve volbách v sobě obsahuje zvyk[85], který se v lidech utváří podle toho, zda se účastní nebo neúčastní voleb. Čím déle se potom jedinci účastní nebo neúčastní voleb, tím silnější je tento zvyk. Rozhodnutí o účasti ve volbách v tomto případě není vůbec vázáno na konkrétní stranu a má dlouhodobý charakter. Výběr strany je v tomto případě až druhořadý. [86]

Výše zmíněné teorie se odlišují v tom, zda propojují rozhodnutí o volební účasti s rozhodnutím pro konkrétní stranu a v tom, kam časově lokalizují tato rozhodnutí. První možnost představuje koncept, který říká, že rozhodnutí o volební účasti je součástí rozhodnutí pro konkrétní stranu. Pokud pro jednotlivce má pro stranu smysl hlasovat, zúčastní se voleb. S tímto konceptem pracuje teorie racionální volby a teorie valenčního hlasování. Ostatní teorie vycházejí z předpokladu, že se jedinec nejprve rozhodne, zda půjde k volbám a teprve potom se rozhoduje, kterého kandidáta zvolí.

Dalším rozdílem je časová vzdálenost mezi rozhodnutím o volbě a samotnou volbou. Teorie racionální volby, valenčního hlasování umísťuje rozhodnutí o účasti ve volbách do těsné blízkosti k samotným volbám. Rozhodnutí o účasti ve volbách je naopak kladeno do minulosti teoriemi motivace, socioekonomických zdrojů a

[82] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 58-61

[83] Pojem habituální znamená obvyklý nebo ustálený. Pojem habituální. *SCS.ABZ.CZ: Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/habitualni

[84] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 61-66

[85] O volební účasti aneb Proč (ne)chodíme k volbám. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: http://mazak.blog.ihned.cz/c1-61774220-o-volebni-ucasti-aneb-proc-ne-chodime-k-volbam

[86] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 61-66

habituálního hlasování. V tomto případě totiž vychází volba z dlouhodobých orientací, zdrojů a zvyků, které jedinec získal v minulosti.

Skutečnost, že existuje takový počet teorií o volební účasti, svědčí o heterogenitě voličů z hlediska motivace k účasti ve volbách. Velké množství těchto teorií se opírá o empirické analýzy a skutečně můžeme říct, že existuje velké množství příčin volební účasti/neúčasti. Ani jednotlivec se nerozhoduje pouze z jednoho důvodu, proto nemůžeme očekávat jednoduchou teorii volební účasti. V posledních letech se objevují tendence některé z teorií slučovat a kombinovat uvedená vysvětlení.[87]

2.4. Politické aspekty volební účasti v České republice

Účast v parlamentních volbách v posledních několika letech velmi klesá, posledních čtyř voleb se účastnilo jen okolo jedné třetiny právoplatných voličů.[88] Hned na úvod je však nutné říct, že pokles volební účasti není jev pouze v České republice, ale jev celosvětový.

Ve Spojených státech amerických se o poklesu volební účasti mluví jako o problému, který je nutné zkoumat již od poloviny 70. let. V západoevropských státech v 70. a 80. letech neexistuje obecný trend poklesu volební účasti, ale na počátku 21. století je již pokles zřetelný.[89] Nejvíce se pokles volební účasti projevuje v postkomunistických zemích, které v průměru vykazují o 20 %[90] nižší volební účast než západní demokracie. Jedním z důvodů takto nízké volební účasti a obecně nízké míry politické participace je nedostatečně rozvinutá občanská společnost, o které jsem mluvila v první kapitole.

Pro tuto práci je podstatný vývoj volební účasti v České republice, především volební účasti do Poslanecké sněmovny. Česká republika není v rámci postkomunistických zemí výjimkou. Od 90. let registrujeme pokles volební účasti, který sledujeme v určitých vlnách. V prvních volbách do Národního shromáždění

[87] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 66-69

[88] O volební účasti aneb Proč (ne)chodíme k volbám. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: http://mazak.blog.ihned.cz/c1-61774220-o-volebni-ucasti-aneb-proc-ne-chodime-k-volbam

[89] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 15-16

[90] SÁL, Karel. Jak zvýšit volební účast v České republice? I. *E-politics.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://e-politics.cz/jak-zvysit-volebni-ucast-v-ceske-republice-i/

v roce 1990 byla volební účast 97 %, ale již ve volbách v roce 1992 klesla volební účast na 85 %. Na konci 90. let se voleb účastnily tři čtvrtiny právoplatných voličů. Ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2002 došlo k dalšímu poklesu, a sice na 58 %.[91]

V posledních čtyřech volbách do Poslanecké sněmovny (2002, 2006, 2010, 2013), které jsou obecně považovány za nejdůležitější a mají přímý vliv na složení vlády, nepřekročila volební účast 65 %.[92] Každý třetí občan s volebním právem tedy nešel hlasovat. K největšímu propadu volební účasti došlo mezi volbami v roce 1998 a 2002, tedy pravděpodobně v důsledku tzv. opoziční smlouvy, která se podílela na poklesu důvěry občanů v politický systém, což následně vyústilo v pokles volební účasti.[93] Pokles v posledních čtyřech volbách se týká komunálních voleb a voleb do Poslanecké sněmovny, tzv. voleb „prvního řádu“[94].

Naopak účast ve volbách „druhého řádu“[95], tedy voleb do jiných zastupitelstev je téměř konstantní. Důvodem může být fakt, že sněmovní a komunální volby se konaly poprvé v roce 1990, ale první volby do Senátu v roce 1996, do krajských zastupitelstev v roce 2000 a volby do Evropského parlamentu se konaly až v roce 2004. Tyto volby se tedy konaly až v období pokleslého zájmu o volby a zájem o jiné než komunální a sněmovní volby je obecně velmi nízký.[96]

Pokles volební účasti v České republice je podle výzkumu Lukáše Linka způsoben dvěma typy motivací: valenčním hodnocením stran a přesvědčením o smysluplnosti voleb. V první polovině 21. století hodnotila většina jedinců politické strany hůře než v 90. letech. Nejde však o to, že by se voliči neztotožnili s programem ani jedné strany a nemohli si vybrat. Překážkou je obecná nedůvěra v politické strany (viz Tabulka 1) a jejich schopnosti řešit problémy.[97] Navíc ve

[91] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 16-17

[92] Výsledky voleb a referend. *VOLBY.CZ* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://volby.cz/

[93] O volební účasti aneb Proč (ne)chodíme k volbám. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: http://mazak.blog.ihned.cz/c1-61774220-o-volebni-ucasti-aneb-proc-ne-chodime-k-volbam

[94] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 18

[95] Tamtéž, s. 18

[96] Účast ve volbách do krajských zastupitelstev se pohybuje mezi 30 a 40 procenty, účast ve volbách do Evropského parlamentu byla maximálně 30 procent a účast v senátních volbách se pohybuje mezi 25-45 procenty. Výsledky voleb a referend. *VOLBY.CZ* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://volby.cz/

[97] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 239

společnosti čím dál více vzniká přesvědčení o tom, že jít k volbám nemá smysl a nic tím jedinec neovlivní.[98]

Právě z těchto důvodů výši volební účasti v České republice neovlivňuje pouze změna hodnot a postojů jednotlivce, ale také rodinná mobilizace, mobilizace různých zájmových skupin či změny v soutěživosti a v důvěryhodnosti polických stran a hnutí.[99]

Současná výše účasti voličů ve sněmovních volbách (volební účast v posledních volbách v roce 2013 byla 59 %)[100] vede k oslabení spojení mezi voliči a politickou reprezentací. Jak jsme již zmiňovali výše, tak v tomto případě nižší volební účast vede k větší nerovnoměrnosti v participaci jednotlivých sociálních skupin na volbách. Některé z představ určitých sociálních skupin mohou být podreprezentovány při odlišné volební účasti členů těchto skupin.[101] Vzrůstá tak vliv jednotlivých voličů a skupin na obsah veřejných politik.

Jak by volby dopadly, kdyby byla volební účast vyšší nebo naopak nižší, můžeme pouze odhadovat. Ve Spojených státech a Velké Británii se tomuto věnuje řada výzkumů, v České republice se tato otázka téměř neřeší. Opakuje se tvrzení, že voliči Komunistické strany přijdou k volbám vždy, protože jejich loajalita ke straně je vysoká.[102] Z toho můžeme odvodit, že při nízké volební účasti, by Komunistická strana získala velké procento hlasů. Nám jde ale o obecnější tvrzení, pro které strany je výhodnější nižší a pro které vyšší volební účast.

Většina studií bere jako své východisko tzv. konvenční model. Ten je založen na sociální struktuře voličů a nevoličů. Hlavním předpokladem je, že levicové strany mají silnější voličskou základnu než strany pravicové, protože ve společnosti je větší zastoupení nízkostatusových skupin, které mají tendenci volit levicové strany.[103]

---

[98] Proč participovat. *Participativní metody: Práce s veřejností* [online]. 2014 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: http://www.participativnimetody.cz/proc-participovat.html

[99] LINEK, Lukáš. Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, s. 239

[100] Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10. – 26.10.2013. Volby.cz [online]. 2013 [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: http://www.volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ

[101] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 284

[102] LINEK, Lukáš. Vliv volební účasti na zisky politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny. Acta Politologica [online]. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, Katedra politologie Institutu politologických studií, 2012, 4(No. 1): 1-17 [cit. 2015-12-02]. ISSN 1803–8220. Dostupné z: http://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00149.pdf

[103] Tamtéž

Sociální status však není jediné, co určuje výši volební účast. U každého voliče existuje jiná pravděpodobnost, že k volbám přijde, což je způsobeno odlišnou stranickou identifikací. Této pravděpodobnosti se věnuje tzv. revizionistický model, který voliče rozděluje na jádrové a periferní.[104]

Jádroví voliči se vyznačují vysokou stranickou identifikací a pravidelně chodí volit svou stranu. Oproti tomu periferní voliči se se stranou identifikují jen málo, jejich účast u voleb je nepravidelná a lze u nich očekávat hlasování pro jinou stranu.

Zkoumání důsledků nízké volební účasti na zisk politických stran a posléze na složení zastupitelských orgánů (v našem případě Poslanecké sněmovny) je podstatné v případě klesající volební účasti, kterou sledujeme i v České republice,[105] z důvodu již zmiňované podreprezentace zájmů nevolících skupin.[106]

Vlivu volební účasti na výsledky politických stran v České republice se ve svém výzkumu věnuje Lukáš Linek. Tento výzkum se vztahoval na volby do Poslanecké sněmovny v letech 2006 a 2010.

Největší pravidelnost ve vlivu volební účasti na zisk politické strany byla zaznamenána u strany ODS. V případě ODS s vyšší volební účastí klesá její zisk. To je způsobeno na jednu stranu velmi silnou a pozitivní vazbou voličů ODS na svojí stranu, a naopak velmi negativní vazbou ostatních voličů k ODS. Voliči ODS se rekrutují převážně ze skupiny voličů, kteří se voleb účastní pravidelně, tedy voličů s vyšším sociálním statusem. Mezi nevoliči, které tvoří z velké části skupina s nižším sociálním statusem, má ODS nízkou podporu.[107]

Stejné tvrzení jako u ODS platí z části i u KSČM, ale zde je nutné zmínit, že mezi nevoliči (skupina s nižším sociálním statusem) má KSČM větší podporu než ODS[108], a proto se při nárůstu volební účasti nad její skutečnou hodnotu její podpora zvyšuje.

---

[104] LINEK, Lukáš. Vliv volební účasti na zisky politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny. Acta Politologica [online]. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, Katedra politologie Institutu politologických studií, 2012, 4(No. 1): 1-17 [cit. 2015-12-02]. ISSN 1803–8220. Dostupné z: http://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00149.pdf

[105] Výsledky voleb a referend. VOLBY.CZ [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://volby.cz/

[106] LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999, s. 284

[107] LINEK, Lukáš. Vliv volební účasti na zisky politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny. Acta Politologica [online]. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, Katedra politologie Institutu politologických studií, 2012, 4(No. 1): 1-17 [cit. 2015-12-02]. ISSN 1803–8220. Dostupné z: http://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00149.pdf

[108] Tamtéž

V případě druhé levicové strany ČSSD je vztah mezi volební účastí a jejím ziskem méně znatelný. Zaznamenán byl růst zisku strany s růstem volební účasti, ale například v roce 2010 tomu bylo naopak.[109] ČSSD je v některých případech schopná zmobilizovat voliče mnohem lépe než ostatní strany. Jedná se ovšem o jednorázový efekt zmobilizování tzv. periferních voličů, které není tak náročné získat a je velmi snadné o ně také přijít.

V případě nových parlamentních stran, kterými jsou například Věci veřejné nebo Strana zelených, roste jejich zisk spolu s růstem volební účasti. Stejně je tomu u neparlamentních stran, zde ale toto tvrzení platí pouze, pokud by volební účast byla vyšší než skutečná. U strany TOP 09 byl zaznamenán jeden z nejmenších vlivů výše volební účasti na její zisk.[110]

Z tohoto výzkumu vyplývá, že vyšší volební účast by přinesla největší zisk neparlamentním stranám a malým stranám, které jsou v Poslanecké sněmovně nové a voliči jsou často vnímány jako strany protestní. Negativní důsledky by vysoká volební účast přinesla pravicovým stranám, především ODS, která by spolu s KSČM těžila z nízké volební účasti.

TOP 09 by v případě vyšší volební účasti měla podporu téměř shodnou. Na podporu levicových stran ČSSD a KSČM by zvýšení volební účasti také nemělo téměř žádný vliv. Důvodem je odlišná voličská základna z hlediska pozitivních a negativních vztahů k těmto stranám. Jak tedy vidíme výše, tak efekt volební účasti na zisky stran v České republice je relativně významný a systematický. [111]

[109] LINEK, Lukáš. Vliv volební účasti na zisky politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny. Acta Politologica [online]. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, Katedra politologie Institutu politologických studií, 2012, 4(No. 1): 1-17 [cit. 2015-12-02]. ISSN 1803–8220. Dostupné z: http://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00149.pdf
[110] Tamtéž
[111] Tamtéž

3. Masová média v politické komunikaci

Politická komunikace slouží k přenosu informací mezi politickými a mediálními institucemi a občany. Politické strany, hnutí a další aktéři politické sféry se jejím prostřednictvím snaží ovlivnit veřejnost a získat tak co největší podíl na moci. Všichni aktéři ovlivňují navzájem i sami sebe.[112]

Politik v dnešní době by se měl orientovat v politickém prostředí a v problémech, kterými se jeho strana či hnutí bude muset zabývat. Navíc musí také umět efektivně komunikovat a předat svou „message" potenciálním voličům.[113]

Lidem obecně stačí jen několik vteřin, aby si na kandidáta vytvořili názor. Z více než padesáti procent se soustředíme na vzhled kandidáta, necelých čtyřicet procent lidé soustředí na melodii hlasu a pouhých sedm procent naší pozornosti je soustředěno na obsah sdělení.[114] Kandidát má tedy jen malý prostor, kdy může veřejnost zaujmout.

Oproti minulosti, kdy politici komunikovali prostřednictvím tištěných stranických materiálů, jsou v dnešní době rozvinutých technologií možnosti komunikace mnohem větší. Dnes mohou politici využívat weby, sociální sítě, televizi, tištěná média, direct emaily a další. Političtí aktéři se musí rychle adaptovat na nové technologie a naučit se je co nejlépe využívat ve svůj prospěch.[115] Nejvýraznější prostředek pro zaujetí voličů představují předvolební kampaně, kterým se budeme věnovat podrobněji v následující části.

3.1. Volební kampaně

Průběh volebních kampaní je regulován legislativními opatřeními. Pouze okrajově zákony upravují i jejich financování. Kontrola financování kampaní se řídí obecným ustanovením o kontrole financování politických stran[116]. Podle nich musí

[112] Politická komunikace. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/politicka-komunikace

[113] MATUŠKOVÁ, Anna. Politika a komunikace. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 7

[114] Tamtéž, s. 8

[115] Politická komunikace. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/politicka-komunikace

[116] Ta jsou uvedena v zákoně č. 424/1991 Sb., o sdružování v politických stranách a hnutích. Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2014-10-11]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300

politické strany a hnutí předložit každý rok výroční finanční zprávu, a to nejpozději do 1. dubna.

Jeden z důvodů, proč je průběh volební kampaně regulován zákonem o volbách do Parlamentu ČR, je nastavení rovných podmínek pro všechny kandidáty.[117] Znevýhodněni by se mohli zdát především ti, kteří v době voleb nevykonávají veřejný úřad. Dalším důvodem je ochrana proti zveřejňování nepravdivých informací, kterým se jen velmi těžko brání v časovém presu předvolebních kampaní. Podle obecného principu musí volby probíhat čestně a nemohou být tedy zveřejňovány nepravdivé informace o kandidátech a politických stranách.

Časový rámec volební kampaně není přesně stanoven, časově vymezeny jsou jen určité specifické činnosti. Starosta každé obce může vyhradit plochu pro výlep plakátů 16 dnů před volbami a tato plocha musí být zpřístupněna všem kandidátům. V České televizi a Českém rozhlase je pro kandidáty vyhrazeno 14 hodin bezplatného vysílání, které jsou mezi ně rozděleny rovným dílem. Vysílání musí být ukončeno 48 hodin před zahájením voleb. [118]

Zákon o volbách dále upravuje zveřejňování předvolebních průzkumů. Ty nesmějí být zveřejňovány v období tří dnů před dnem voleb až do ukončení hlasování. Zákaz se vztahuje na fyzické osoby i na právnické osoby.[119]

Podoba volebních kampaní prodělala v minulém století obrovskou změnu. Před několika desítkami let chodili v západních demokraciích řadoví členové stran „dům od domu“ a přesvědčovali lidi, jak mají volit.[120] Dnes mají hlavní roli ve volební kampani profesionální volební štáby. Ty mají za úkol co nejlépe představit svého kandidáta. Snaží se vytvořit takovou image kandidáta, která bude na veřejnost působit pozitivně. Jak jsem již zmínila výše, veřejnost se nejvíce soustředí na vzhled kandidáta, proto se věnuje velká pozornost mimice kandidáta, jeho řeči těla i jeho oblékání.[121]

---

[117] Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2014-10-11]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300

[118] Tamtéž

[119] Vydávající tisk nebo provozující televizní a rozhlasové vysílání. Volby do Parlamentu České republiky. *Parlament České republiky: Poslanecká sněmovna* [online]. [cit. 2014-12-25]. Dostupné z: http://www.psp.cz/docs/texts/elections.html

[120] JABŁOŃSKI, Andrzej. Politický marketing: úvod do teorie a praxe. Brno: Barrister & Principal, 2005, s. 187

[121] MATUŠKOVÁ, Anna. Politika a komunikace. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 9

Na druhou stranu není radno otázku vzhledu přeceňovat. Jeden příklad za všechny uvádí Anna Matoušková ve svém článku Politika a komunikace[122]. Americký politik a člen Sněmovny reprezentantů USA Richard Ottinger kandidoval v roce 1976 na post senátora New Yorku. Ottinger byl však výrazně mladší než jeho oponenti, a proto ho jeho poradci oblékali jako úředníka středního věku. Ottinger kvůli jemu nepřirozené image zcela ztratil sebevědomí během televizní debaty a u voleb zcela propadl.

V České republice existuje jen velmi málo literatury, která by se zabývala politickým marketingem. Většina politického marketingu vychází z publikací ekonomického marketingu a samotné volební kampaně české strany přenechávají reklamním agenturám. Ty ovšem často nedokáží správně identifikovat specifika politického trhu od ekonomického trhu a to může mít neblahý vliv na zisk strany. Vhodné není ani přenášet některé zkušenosti a postupy z politicky a kulturně zcela odlišného prostředí (např. USA).[123]

V souvislosti s volebními kampaněmi zažila Česká republika v roce 2006 při volbách do Poslanecké sněmovny poprvé tzv. negativní kampaň. Negativní kampaň můžeme charakterizovat jako cílené kritizování a hledání slabých stránek oponenta, než soustředění se na vlastní silné stránky.[124] Negativní kampaň se tak více soustředí na kritiku soupeře než na samotnou propagaci kandidáta.

Tento pojem je do velké míry spojen s volbami v USA, kde v 80. letech negativní kampaň dominovala a při prezidentské volbě v roce 1988 tvořila negativní kampaň 60-70 % z celé kampaně.[125] Od roku 2006 je však negativní kampaň součástí politického boje také v České republice, kdy začali političtí aktéři využívat negativitu proti jejich soupeřům, především v podobě billboardů, plakátů apod.[126] Negativní kampaň se stala později také součástí prezidentských voleb v roce 2013.

Ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006 se negativní kampaně ujali především dva největší rivalové – ODS a ČSSD. V porovnání s ODS využívala

[122] MATUŠKOVÁ, Anna. Politika a komunikace. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 10
[123] JABŁOŃSKI, Andrzej. Politický marketing: úvod do teorie a praxe. Brno: Barrister & Principal, 2005, s. 188
[124] MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003, s. 96
[125] Tamtéž, s. 96
[126] BRADOVÁ, Eva. Negativní kampaně a politická reklama ve volbách. Olomouc: Periplum, 2008, s. 33

negativní kampaň více ČSSD. Kampaň ODS byla spíše pozitivní, ale na začátku kampaně zveřejnila ODS tři spoty, které útočily na spolupráci ČSSD s KSČM a tyto strany označila jako KSČSSD. ODS zde představuje modrou turistickou značku, která občany vyvede ze spárů KSČSSD.[127]

ČSSD ke své kampani využívala spíše tištěných reklam (billboardy, letáky, plakáty). Můžeme zmínit například billboardy, kdy ČSSD otočila původní kampaň s modrou turistickou značnou ODS plus na ODS mínus a vyjmenovala zde několik bodů, proč nevolit ODS.[128] Využila k tomu několik bodů z programu ODS, například školné, platby u lékaře, snížení daní bohatým, zrušení minimální mzdy apod. Tato kampaň byla poté znovu použita v krajských volbách v roce 2008. Po celou dobu kampaně se ČSSD také zaměřovala na předsedu ODS Miroslava Topolánka, kterého vykreslovala jako slabého a neschopného řídit vládu.[129]

Další negativní kampaň mezi těmito rivaly se odehrávala i při volební kampani v roce 2010. V této politické kampani se objevil nový aktér, a sice Věci veřejné, které kampaň založily na negaci politických stran zastoupených v Parlamentu obecně. Jejich motto bylo: „Konec politických dinosaurů. Volte VV.“[130]

Kde se ovšem negativní kampaň na české politické scéně ukázala v plné „kráse“ byly prezidentské volby v roce 2013. Zde se na sebe vzájemně zaměřili dva největší oponenti Miloš Zeman a Karel Schwarzenberg. Karel Schwarzenberg kampaň postavil na svém knížecím titulu s mottem: „Proč volit Zemana, když můžete volit knížete?“[131] a nejvíce na svých sociálních sítích kritizoval Zemanovu minulost v politice.

Miloš Zeman byl v negativní kampani velmi aktivní před druhým kolem voleb, kdy se do Karla Schwarzenberga opřel ohledně Benešových dekretů, špatné výslovnosti, dvojímu občanství a dlouhodobému pobytu v zahraničí. Tým Karla

[127] ANTOŠ, Jakub. Agresivita a inovace - to je kampaň 2006. *Aktuálně.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/agresivita-a-inovace-to-je-kampan-2006/r~i:article:136271/

[128] KUBNÝ, Adam. Negativní kampaně v ČR: divoký západ reklamy. Institut politického marketingu [online]. 2015 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/negativni-kampane-v-cr

[129] BRADOVÁ, Eva. Negativní kampaně a politická reklama ve volbách. Olomouc: Periplum, 2008, s. 53

[130] KOPECKÝ, Josef. Věci veřejné přikryly dům reklamou. Lidí, kteří tam bydlí, se nikdo neptal. *IDNES.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/veci-verejne-prikryly-dum-reklamou-lidi-kteri-tam-bydli-se-nikdo-neptal-13w-/domaci.aspx?c=A100426_141011_domaci_kop

[131] KUBNÝ, Adam. Negativní kampaně v ČR: divoký západ reklamy. Institut politického marketingu [online]. 2015 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/negativni-kampane-v-cr

Schwarzenberga nebyl schopný v této fázi kampaně adekvátně reagovat. Znatelnou ránu mu zasadil inzerát zveřejněný v deníku Blesk, který obsahoval nepravdivé informace a navíc neobsahoval informace o zadavateli[132], čímž byl porušen zákon o přímé volbě hlavy státu.

Cíl negativních kampaní výstižně shrnul sociolog a v současné době také poslanec za KDU-ČSL Ivan Gabal: „*Negativní kampaň míří nejen na voliče a věrohodnost programů a soupeřů, ale také na sebevědomí soupeřů a jejich emocionální a racionální stabilitu. Podlomení sebevědomí soupeře a zatlačení jeho kampaně do emocí, osobních ataků a hysterických reakcí, které oslabují strategické schopnosti a cílevědomé jednání, je předpokladem úspěchu, který stojí na neschopnosti soupeře strategicky a racionálně reagovat.*“[133]

A jak je možné, že negativní kampaně tak dobře fungují? Jill Buckley, poradkyně Demokratů ve Spojených státech amerických, vysvětluje úspěch negativních kampaní následovně: Lidé říkají, že negativní kampaně nenávidí, ale ony fungují. Lidé je sice nenávidí, ale zároveň si je pamatují. Oproti tomu pozitivní kampaně je nutné neustále opakovat, aby se uchytily.[134]

3.2. Role masových médií

Jedním z nejdůležitějších nástrojů politické komunikace jsou masová média. Masová média jsou součástí lidské společnosti již několik století, od tištění prvních letáků a vydání novin až po dnešní elektronická média, a stala se jednou z jejich neodmyslitelných součástí. Masová média ovlivňují naše hodnocení reality, naše postoje, názory a vytvářejí představy lidí o světě.[135]

---

[132] STUCHLÍKOVÁ, Lucie. Nezákonný inzerát v Blesku: Za knížetem stojí Posselt. *Aktuálně.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://zpravy.aktualne.cz/domaci/nezakonny-inzerat-v-blesku-za-knizetem-stoji-posselt/r~i:article:769575/ Později se zjistilo, že zadavatelem byl bývalý důstojník StB Vladimír Zavadil, který za tento inzerát dostal pokutu ve výši 20 000 Kč. Stížnosti na neplatnost druhého kola volby ale i přesto byly soudem zamítnuty. KUBNÝ, Adam. Negativní kampaně v ČR: divoký západ reklamy. Institut politického marketingu [online]. 2015 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/negativni-kampane-v-cr

[133] GABAL, Ivan. ANALÝZA: Rubikon volební kampaně 2006. Neviditelný pes [online]. 2006 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/analyza-rubikon-volebni-kampane-2006-dtf-/p_politika.aspx?c=A060613_112624_p_politika_wag

[134] THURBER, James A., Candice J. NELSON a David A. DULIO. *Crowded airwaves: campaign advertising in elections*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2000, s. 13

[135] Co to je masová společnost. Mediagram [online]. [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://mediagram.cz/dejepis/co-to-je-masova-spolecnost

Masová média jsou taková média, která se dostanou k velké většině veřejnosti. Představují je televize, noviny, rádio a internet.[136] Právě proto je pro politiky velmi důležité vystupování v těchto médiích po celou dobu jejich kariéry, především potom v předvolebních obdobích.

Politické strany a další političtí aktéři musí volit takové kanály komunikace, které korespondují s jejich voličským segmentem.[137] Využití nejvyspělejší technologie tedy nemusí vždy znamenat pro politické subjekty výhodu, pokud není využívána správně.

V minulosti, kdy byli voliči silně navázáni na jednu stranu, měl na voliče největší vliv stranický tisk. Se změnou stranicko-společenské struktury se člověk posouvá od člena společnosti k jednotlivci a zároveň se také mění možnosti a způsoby komunikace s takovým člověkem. Stranický tisk tak ztrácí svůj vliv, dochází k určité objektivizaci médií a dominantním kanálem se stává televize.[138] Televize se stala mocným prostředkem v ovlivňování především takových voličů, kteří nejsou silně identifikováni s konkrétní stranou, a takových voličů v poslední době přibývá.[139]

Televize však na druhou stranu stírá rozdíly mezi cílovým publikem, všechna politická sdělení jsou pro všechny, bez ohledu na jejich potenciální reakci. Proto dochází mezi voliči k cynismu a vyhýbání se politickým tématům v televizi. Výsledkem toho je, že se politikům nedaří efektivně komunikovat své informace.[140] Občané svou politickou aktivitu omazují na účast ve volbách a v některých případech bohužel ani to ne (viz 2. kapitola).

Nacvičení politické debaty je náročný proces. Kandidát si musí nacvičit způsoby, jak argumentovat, a také si najít účinnou komunikační strategii na každého konkrétního protivníka. Již jsem zmiňovala vzhled kandidáta, jehož důležitost, se

[136] What Is Mass Media?: Definition, Types, Influence & Examples. Study.com [online]. [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://study.com/academy/lesson/what-is-mass-media-definition-types-influence-examples.html

[137] EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 14

[138] MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003, s. 133-134

[139] JABŁOŃSKI, Andrzej. Politický marketing: úvod do teorie a praxe. Brno: Barrister & Principal, 2005, s. 188

[140] EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 17

vstupem televize do politického dění, získala zcela jiný rozměr.[141] Dříve bylo podstatné, co politik sděluje a dělá. Od období po druhé světové válce, kdy se televize stala dominantním masovým médiem, je neméně důležité, jak to politik sděluje a dělá.[142]

Soustředit se kandidát musí na svou gestikulaci a na celkový dojem. V první řadě by kandidát neměl příliš gestikulovat a zachovat klidnou tvář i ve chvíli, kdy mluví někdo jiný (nezvedat obočí, nemáchat rukama apod.). V oblékání se nedoporučuje něco extravagantního, stejně platí i s doplňky a účesem. [143] Publikum by se přece jen mělo více koncentrovat na sdělení než na politikovo oblečení.

Postupně však tak či tak docházelo k odklonu občanů od politického obsahu, což bylo způsobeno také přesycením novými médii. Mediální trh se stává více fragmentovaným, čímž jsou zpřístupněny obsahy od různých zdrojů a publikum se může samo rozhodovat, jakému obsahu se vystaví. [144] Kandidátům je tak téměř znemožněno vést komunikaci na základně jednoho centrálního modelu jako tomu bylo dříve a političtí aktéři se tak museli začít zabývat tím, jaká sdělení na jakých kanálech a jakým způsobem budou komunikovat.

Proces individualizace se ještě urychlil s příchodem digitálních médií a internetu. S příchodem internetu obrovsky vzrostla informační konkurence a političtí aktéři soutěží o pozornost pro jimi komunikované problémy. Z důvodu nezájmu obyvatel o politický obsah tuto soutěž často prohrávají.[145]

Internet se stává dostupným široké veřejnosti a masově se rozšiřuje v 90. letech 20 století, ale v této době ještě netvoří významnou součást politické komunikace. Po roce 2000 jeho význam narůstá a v roce 2010 je již internet a sociální sítě standartním nástrojem politické komunikace.[146] Internet velmi urychlil rychlost komunikace s voliči. Používáním internetu a sociálních sítí v politických

[141] JABŁOŃSKI, Andrzej. Politický marketing: úvod do teorie a praxe. Brno: Barrister & Principal, 2005, s. 188
[142] MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003, s. 133-134
[143] MATUŠKOVÁ, Anna. Politika a komunikace. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 9-10
[144] EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 17-18
[145] Tamtéž, s. 18
[146] MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003, s. 18

kampaních se prozatím cílí především na mladé voliče. Ti nemusí nutně sledovat televizi a reklamní spoty v ní, ale zaručeně u sebe mají celý den telefony a notebooky a tráví značnou část dne na sociálních sítích. Mají tyto kampaně vliv na rozhodování voličů? Relevantní důkazy o tom neexistují.[147] Kandidáti se po zkušenostech s rozšířením televize bojí, že pokud se oni nebudou prezentovat na sociálních sítích, tak jejich oponent ano. Neprezentovaní kandidáti tak zůstanou pozadu a budou mít o způsob méně, jak získat voliče.

Problémem internetu je decentralizovaná kontrola, která jedincům umožňuje získávat informace kdykoli, od kohokoli, s vynaložením minima prostředků. Totéž platí i naopak pro publikování informací. Uživatelé mezi sebou sdílí informace, aniž by bylo možné konkrétně označit autora, vzniklá informace je tak kolektivním dílem. Tito uživatelé potom představují opozici pro informace prezentované politickými aktéry. Příklad takové opozice proti prezentované informaci uvádí Otto Eibl ve svém článku na příkladu internetových obchodů: „*Výrobce/prodejce zde uvádí vlastnosti produktu – objektivní (měřitelné) i subjektivní (přidaná hodnota z používání výrobku) – logicky svůj produkt chválí a protežuje před ostatními, podobnými výrobky. Produkt je samozřejmě podpořen v médiích promyšlenou kampaní. Do této chvíle je veškeré informování zcela v režii prodejce/výrobce. Stránka však obsahuje prvky webu 2.0*[148] *(byť by mělo jít pouze o diskusi uživatelů), kde návštěvníci stránky mají možnost se s ostatními podělit o zkušenosti s daným produktem/výrobkem, případně doporučit výrobek konkurence, který se osvědčil. Veškeré reklamní snažení v tuto chvíli může přijít vniveč kvůli nepříznivým reflexím uživatelů.“*[149] Stejnou situaci můžeme pozorovat i v diskuzích pod politicky orientovanými tématy.

Na druhou stranu pozorováním a sbíráním dat o chování návštěvníků stránky mohou politické strany a ostatní aktéři snadno získávat demografické údaje o voličích. Pro tyto skupiny potom mohou vytvořit kampaň přímo na míru. Politici také mohou testovat své postoje a prohlášení například pomocí sledování diskuzí pod

[147] PERLOFF, Richard M. *The dynamics of political communication: media and politics in a digital age*. New York, NY: Routledge, 2014, s. 345-346

[148] Webem 2.0 označujeme současný stav online technologie v porovnání s jeho prvotní podobou. Dnešní podoba je charakteristická využitím interakce, spolupráce internetových uživatelů v tvorbě obsahu například prostřednictvím blogů, sociálních sítí, fór nebo diskuzí. Web 2.0. WhatIs.com [online]. 2015 [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: http://whatis.techtarget.com/definition/Web-20-or-Web-2

[149] EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 24

svými příspěvky.[150] Internet tedy nejen usnadňuje a urychluje komunikaci mezi politiky a voliči, ale také představuje analytický nástroj, pomocí kterého mohou politici svou komunikaci zefektivnit, pokud ho správně využijí.

Ve světě internetu stojí političtí aktéři na stejné úrovni jako všichni ostatní uživatelé. Musí být schopní vést konstruktivní dialog a stát se členem komunity, ne skupinu formovat, řídit nebo se ji snažit manipulovat. Členové komunity potom dále ovlivňují své okolí šířením informací, které jsou pro ně touto cestou mnohem přijatelnější. Neslyší je totiž od oficiálních mluvčích a představitelů institucí a politických stran, ale od svých přátel a rodin.[151]

Na otázku, jaké následky pro jednotlivce a společnost mají modely vycházející z pravděpodobně zkreslené mediální reality, existují naprosto odlišné odpovědi. V literatuře je tento vztah mezi médii a realitou personifikován do stanovisek Ptolemaia a Koperníka.

Východiska pro „ptolemaiovskou" odpověď jsou následující: *„Vzhledem k tomu, že média prezentují vysoce strukturovaný a často zkreslený obraz skutečnosti, a vzhledem k tomu, že lidé své jednání – alespoň částečně – přizpůsobují tomuto obrazu, mají média silný vliv na jednotlivce a na společnost jako celek."*[152]

„Ptolemaiovský" model[153] vlivu masových médií na společnost vychází ze dvou premis. Podle první premisy představují masová média a společnost zásadní protiklady. Média jsou do společnosti nasazena a mají potenciál ji ovládat a kontrolovat, případně i manipulovat a tak společnosti škodit. Podle druhé premisy je úkolem masových médií co nejpřesněji a nejvěrněji popisovat realitu, zrcadlit ji. Masová média tak představují pouze pasivní zprostředkovatele reality.

Oproti tomu „koperníkovské" východisko[154] nepředpokládá žádný protiklad masových médií a společnosti, ale vnímá média jako součást společnosti. Z toho důvodu nejsou média pouze pasivním zprostředkovatelem (zrcadlem) informací, ale jsou vnímána jako aktivní součást sociálního procesu. Média selektují podněty a

[150] Viz například: Diskuze k článku: Vláda prosadila evidenci tržeb. ODS a TOP 09 zamíří k Ústavnímu soudu.*IDNES.cz* [online]. 2016 [cit. 2016-03-07]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/diskuse.aspx?iddiskuse=A160210_063312_domaci_kop

[151] EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf, s. 25-26

[152] JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. Politická komunikace a média. Praha: Karolinum, 2000, s. 29

[153] Tamtéž s. 30

[154] Tamtéž, s. 31

události, dále je zpracovávají a interpretují, čímž se podílejí na kolektivním konstruování reality.

Konstruování mediální reality má dva prameny – objektivně existující události a pravidla jejich zpracovávání. Jejich poměr se případ od případu liší. Dysfunkční prvky v „ptolemaiovském“ konceptu (selektivita, hodnocení, deformace) jsou v „koperníkovském“ modelu považovány naopak za žádoucí funkce komunikace.[155]

Jak velkou roli mohou hrát masová média v konstruování reality, jsme se v České republice přesvědčili při prezidentské volbě v roce 2013. Souboj o ně proběhl hlavně mezi největšími rivaly – Milošem Zemanem a Karlem Schwarzenbergem. Zatímco Miloš Zeman využil k šíření své převážně negativní kampaně internetové blogy, které podle analýz znatelně zesílily její účinky.[156] Karel Schwarzenberg zase jednoznačně porazil Miloše Zemana v podpoře na sociálních sítích.[157] Souvisí to také s faktem, že Karla Schwarzenberga podporovaly mladší voliči, kteří jsou zběhlí v používání sociálních sítí.

Miloš Zeman se ke konci kampaně snažil pro něj nepříznivou situaci na sociálních sítích zvrátit, ale narazil na problém – publikum na sociálních sítích je zcela opačně naladěno, než publikum, které Zeman přesvědčil prostřednictvím médií. Odborníci považují Facebook a další sociální sítě za pozitivní média, což se příliš neshodovalo se Zemanovou negativní prezidentskou kampaní.[158]

[155] JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. Politická komunikace a média. Praha: Karolinum, 2000, s. 32

[156] MÁNERT, Oldřich. Média ovládl Zeman s negativní kampaní, Facebook zase Schwarzenberg. *IDNES.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidenstke-volby-a-pruzkum-online-medii-a-socialnich-siti-plz-/domaci.aspx?c=A130121_171910_domaci_ert

[157] KASÍK, Pavel. Za úspěch Schwarzenberga mohou sociální sítě. Karla je plný Facebook. IDNES.cz [online]. 2013 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/internet-volby-prezidenta-d03-/sw_internet.aspx?c=A130112_184201_sw_internet_pka

[158] MÁNERT, Oldřich. Média ovládl Zeman s negativní kampaní, Facebook zase Schwarzenberg. *IDNES.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidenstke-volby-a-pruzkum-online-medii-a-socialnich-siti-plz-/domaci.aspx?c=A130121_171910_domaci_ert

4. Případová studie politické informovanosti a participace studentů Fakulty mezinárodních vztahů VŠE

Jak již bylo řečeno, cílem mé diplomové práce je zjistit míru politické informovanosti studentů Fakulty mezinárodních vztahů na Vysoké škole ekonomické. Dále je cílem zmapovat formy a intenzitu jejich politické participace a identifikovat faktory, které ovlivňují volební chování a dlouhodobé preference studentů FMV.

Výzkumné otázky:

- Zajímají se studenti o dění na fakultě? Účastní se voleb do Akademického senátu a znají členy senátu zastupující FMV?
- Jsou informováni a orientují se v současné politické situaci v České republice?
- Participují politicky studenti FMV (referenda, petice, volební účast…)?
- Jaké faktory studentům FMV pomáhají k utváření jejich politických preferencí a následného volebního rozhodnutí?
- Jaké jsou rozdíly v míře politické informovanosti a politické participace na základě demografických údajů?

4.1. Metodologie

Pro sběr dat jsem využila formu dotazníku a výzkumným vzorkem jsou studenti na FMV VŠE. V tomto případě se jedná o kvantitativní výzkumnou metodu, která má řadu výhod jako například rychlý sběr dat nebo výsledky nezávislé na výzkumníkovi. Aby byly výsledky skutečně nezávislé na výzkumníkovi, nesmí být otázky v dotazníku sugestivní.[159] Práce s daty je v kvantitativním výzkumu silně strukturovaná a poskytuje nám přesná numerická data. Jeho nevýhodou je, že získaná data mohou být poněkud abstraktní a obecná.[160]

Mnou sestavený dotazník (viz Příloha 1) můžeme rozdělit do několika částí. První část, otázky 1-4 jsou otázky demografické. Ty jsou v dotazníku proto, abych podle nich mohla respondenty rozdělit na muže/ženy, bakalářské/magisterské

[159] CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007, s. 169
[160] Tamtéž, s. 163-182

studenty, podle velikosti města, kde studovali střední školu a podle studijního oboru na FMV. Cílem je zjistit, jaký je rozdíl mezi těmito skupinami v politické informovanosti a participaci. Mezi muži a ženami bychom mohli predikovat předsudek větší účasti mužů v politické oblasti, u magisterských a bakalářských studentů se přesvědčíme, zda je v této oblasti rozdíl vzhledem ke stupni studia. Velikost města, kde respondenti studovali střední školu, je relevantní faktor, jelikož mentality se od sebe na malých a velkých městech liší a s tím také postoj k politice. Napříč obory studenty rozděluji z toho důvodu, že každý obor má jinou studijní náplň a měl by se tak projevit rozdíl v politické informovanosti a participaci jednotlivých oborů.

Otázky 5-7 se týkají informovanosti studentů o Fakultě mezinárodních vztahů, jejích zástupcích v Akademickém senátu VŠE a o zájmu studentů o volby do Akademického senátu. Volby do Akademického senátu představují nejbližší formu participace, které se mohou studenti zúčastnit a která je následně přímo ovlivňuje po celou dobu jejich studia. V rámci VŠE je zájem o volby do Akademického senátu obecně velmi nízký, proto zjišťuji, jak je na tom v tomto ohledu FMV.

Následuje škálová otázka 8, která funguje jako přemostění k bloku otázek týkajících se politické informovanosti studentů. V otázce 8 se studenti mají možnost vyjádřit, do jaké míry se zajímají o politické dění v České republice. Poté následují otázky 9-11, které testují jejich znalosti (současný premiér, poslední volby do Poslanecké sněmovny, volební klauzule).

Blok otázek 12-15 je směřován k politické participaci studentů FMV. Nejdříve zjistíme, jakých forem participace se studenti někdy v minulosti zúčastnili. V další otázce jsem vyčlenila volby do Poslanecké sněmovny jako pro tuto práci nejdůležitější z nástrojů politické participace a dotazuji se studentů, jak často chodí volit do Poslanecké sněmovny. Většina dotazovaných studentů stihla volby do Poslanecké sněmovny pouze jednou[161] nebo dvakrát, jde tedy spíše o vyjádření jejich postoje k volbě.

Pomocí otázek 14 a 15 zjišťuji, jaké faktory jsou pro studenty stěžejní při volebním rozhodnutí (zda jsou to kampaně, rodina, postoj přátel, reputace strany apod.) a které z těchto faktorů určují jejich politické preference (dlouhodobější charakter). U těchto otázek mohli studenti označit maximálně dvě odpovědi a to

[161] Tzv. prvovoliči

z toho důvodu, aby skutečně vybrali ty nejvýznamnější faktory. Bezesporu je totiž ovlivňuje více nabízených možností, proto tato eliminace.

Na závěr dotazníku mohou v otázkách 16 a 17 respondenti sami zhodnotit svou informovanost. Studenti nejprve na škále uvedou, jak často jim přijde politika tak složitá, že se v ní přestávají orientovat a následně v poslední otázce zhodnotí, zda mají pocit, že je jejich informovanost dostatečná pro efektivní politickou participaci. Tyto otázky jsou umístěny záměrně na konci, protože po zodpovězení předchozích otázek budou respondenti více schopni se ohodnotit.

4.2. Výsledky dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření probíhalo v termínu 10. – 23. března 2016. K šíření dotazníku jsem využila především školní komunikační kanály a sociální sítě. Celkem dotazník vyplnilo 250 studentů napříč obory. Jak můžeme vidět níže v Tabulce 4, nejvíce respondentů bylo z oboru Mezinárodní obchod (82), jedná se totiž o největší obor na Fakultě mezinárodních vztahů. Naopak nejméně respondentů bylo z oboru Evropská integrace (18), který se studuje pouze na navazujícím magisterském studiu.

Mezi respondenty bylo více žen než mužů, což odráží celkovou početní převahu studentek nad studenty na FMV, a více magisterských studentů než studentů bakalářských. Co se týká velikosti měst, kde respondenti navštěvovali střední školu, nejméně respondentů studovalo střední školu ve městě menším než 10 000 obyvatel (30) a nejvíce respondentů absolvovalo střední školu ve městě větším než 100 000 obyvatel (94).

Tabulka 4: Struktura respondentů

Pohlaví	
Ženy	189
Muži	61
Počet obyvatel města, kde respondent absolvoval SŠ	
0-10 000	30
10 001 - 50 000	85
50 001 - 100 000	41
více než 100 000	94
Studium	
Bakalářské	96
Magisterské	154

Obor na FMV	
Mezinárodní obchod	82
Cestovní ruch	51
Politologie	40
Diplomacie	32
Podnikání a právo	27
Evropská integrace	18

4.2.1. Celkové výsledky dotazníkového šetření

Nejdříve se seznámíme s celkovými výsledky dotazníkového šetření respondentů z Fakulty mezinárodních vztahů a dále se budeme u vybraných otázek zabývat tím, zda jsou rozdíly ve výsledcích mužů a žen, studentů bakalářského a magisterského studia, studentů, kteří absolvovali střední školu v menších městech oproti studentům, kteří ji absolvovali ve velkém městě, a rozdíly napříč obory.

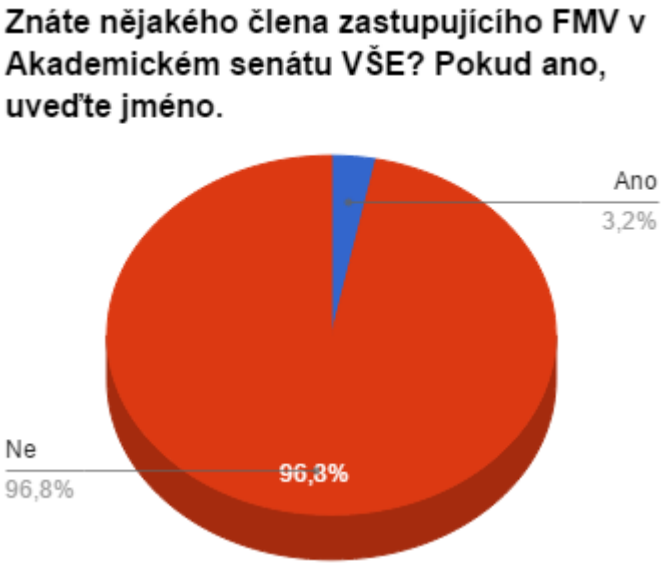
Prvním blokem otázek byly otázky týkající se participace studentů na dění na VŠE, konkrétně na volbách do Akademického senátu. Dalším cílem tohoto bloku bylo prověřit jejich informovanost o zástupcích FMV v Akademickém senátu a o děkanovi FMV.

V Grafu 1 vidíme, že celkově nízký zájem o volby do Akademického senátu VŠE je přítomný i na Fakultě mezinárodních vztahů. Pouze 15 % respondentů se zúčastnilo posledních voleb do Akademického senátu a v Grafu 2 vidíme, že téměř 97 % respondentů nezná ani jednoho člena Akademického senátu zastupujícího FMV.

Graf 1: Účast všech respondentů ve volbách do Akademického senátu



Graf 2: Znalost respondentů členů Akademického senátu zastupujících FMV

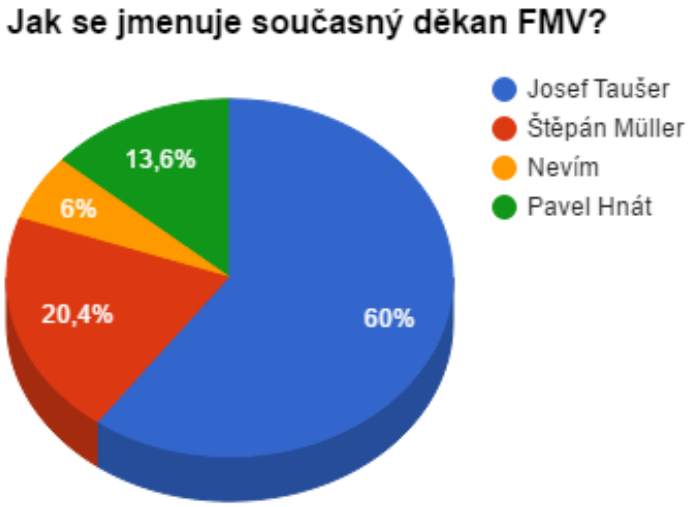


Pouze 8 studentů z 250 uvedlo správně jméno alespoň jednoho člena Akademického senátu zastupujícího Fakultu mezinárodních vztahů v Akademickém senátu VŠE. Nejčastěji se objevovalo jméno Tomáše Nováka (student), kterého uvedlo 7 lidí a 3 respondenti uvedli jméno Jiřího Zemana (akademický pracovník). Jeden respondent uvedl jméno Josefa Biče (akademický pracovník).

Jak můžeme vidět v Grafu 3, lépe dopadla otázka na jméno děkana Fakulty mezinárodních vztahů, kterým je od 1. února 2016 doc. Ing. Josef Taušer, Ph.D. Zvolen byl v listopadu roku 2015.[162] Zde 60 % respondentů správně uvedlo jméno Josefa Taušera, zbylých 40 % respondentů jméno děkana buď nevědělo, nebo uvedlo chybné jméno (20 % respondentů uvedlo jméno bývalého děkana FMV Štěpána Müllera).

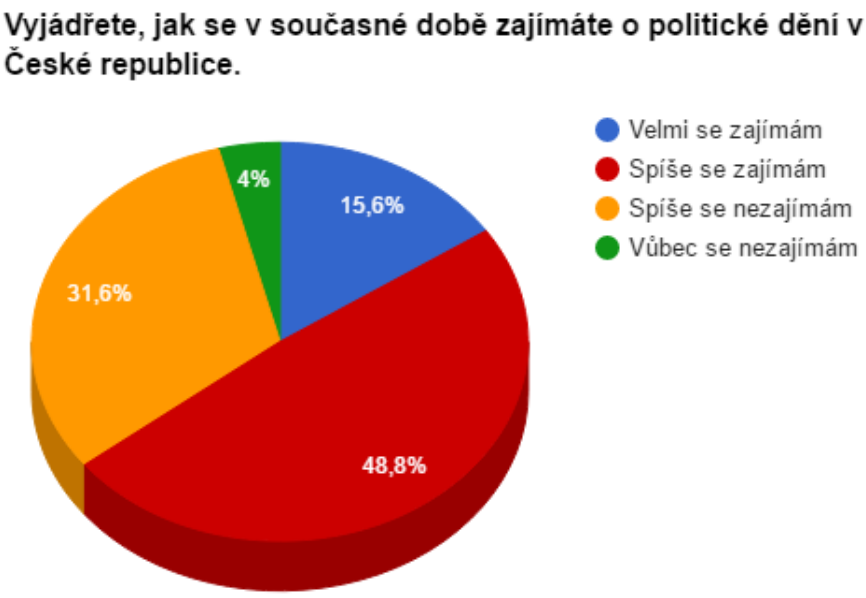
[162] Novým děkanem FMV bude doc. Ing. Josef Taušer, Ph.D. *Vysoká škola ekonomická v Praze: Fakulta mezinárodních vztahů* [online]. 2015 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: http://fmv.vse.cz/novym-dekanem-fmv-bude-doc-ing-josef-tauser-ph-d/

Graf 3: Znalost jména děkana FMV



Další blok otázek se týkal politické informovanosti studentů FMV a jejich zájmu o politické dění v České republice. Úvodní otázka k tomuto bloku se týkala zájmu respondentů o politické dění v České republice. V grafu 4 vidíme, že v součtu 64 % respondentů se o politické dění v České republice zajímá, necelých 32 % se spíše nezajímá a 4 % respondentů uvedlo, že se o politické dění nezajímá vůbec.

Graf 4: Zájem o politické dění v ČR



Výsledky otázek týkajících se politické informovanosti studentů Fakulty mezinárodních vztahů vidíme v Tabulce 5. Téměř 97 % respondentů správně uvedlo správně jméno současného premiéra Bohuslava Sobotky.

Horší výsledky jsem zaznamenala u otázky na termín posledních voleb do Poslanecké sněmovny. Zde správně odpovědělo 44 % respondentů, ostatní respondenti uvedli termín chybně nebo ho vůbec nevěděli. Výši volební klauzule vědělo necelých 75 % respondentů, ostatní nesprávné možnosti označilo zanedbatelné množství respondentů a téměř 14 % označilo možnost nevím.

Tabulka 5: Politická informovanost studentů FMV

Jak se jmenuje současný premiér?	
Správně (Bohuslav Sobotka)	96,40%
Špatně	2,40%
Neví	1,20%
Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?	
Správně (podzim 2013)	44,40%
Špatně	39,60%
Neví	16,00%
Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)	
Správně (5%)	74,80%
Špatně	11,60%
Neví	13,60%

Následoval blok otázek týkajících se politické participace studentů FMV. Nejprve respondenti odpovídali, jakých druhů politické participace se někdy v minulosti zúčastnili. Zde mohli odznačit nejméně jednu a maximálně všechny odpovědi.

V Grafu 5 vidíme, že nejvíce studentů (58 %) se někdy v minulosti zúčastnilo nejrozšířenější formy politické participace – podpisu petice. Nejméně častou formou politické participace se ukázalo členství v politické straně (0,8 %).

Druhou nejčastější formou politické participace je účast na diskuzních fórech s 22 % a hned za ní se srovnatelnými výsledky 16,8 % a 16,4 % následují účast v referendu a účast na demonstraci. 12 % respondentů je nebo v minulosti bylo členy v občanském sdružení (nově spolku), 8,4 % respondentů se v minulosti zúčastnilo nějaké politické schůze a 8 % studentů v minulosti kontaktovalo voleného zástupce. Na druhou stranu, jak můžeme vidět, téměř třetina respondentů se nikdy v minulosti nezúčastnila žádné z výše uvedených forem politické participace.

Graf 5: Politická participace studentů FMV

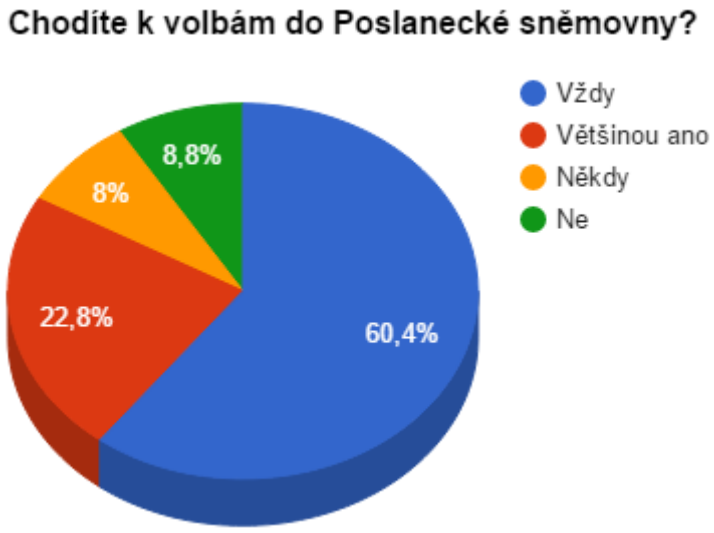


Cílem následující otázky bylo zjistit postoj studentů FMV k volbám do Poslanecké sněmovny, jako jedné z nejdůležitějších a nejvýraznějších forem politické participace v České republice. Z výsledků zaznamenaných v Grafu 6 vidíme, že 60,4 % respondentů se účastní voleb do Poslanecké sněmovny vždy.[163]

Téměř 23 % respondentů odpovědělo, že většinou k volbám chodí. Přes 80 % respondentů má tedy silný vztah k volbám do Poslanecké sněmovny. 8 % respondentů chodí k volbám někdy, což nám naznačuje neutrální postoj k volbám a 8,8 % respondentů k volbám do Poslanecké sněmovny nechodí vůbec.

[163] Již jsme zmínila v předchozí podkapitole, že odpověď „vždy" zde znamená nanejvýše dvakrát vzhledem k věku respondentů, ale sledujeme tím především postoj studentů k této formě politické participace, z kterého bude pravděpodobně vyplývat i jejich postoj v blízké budoucnosti.

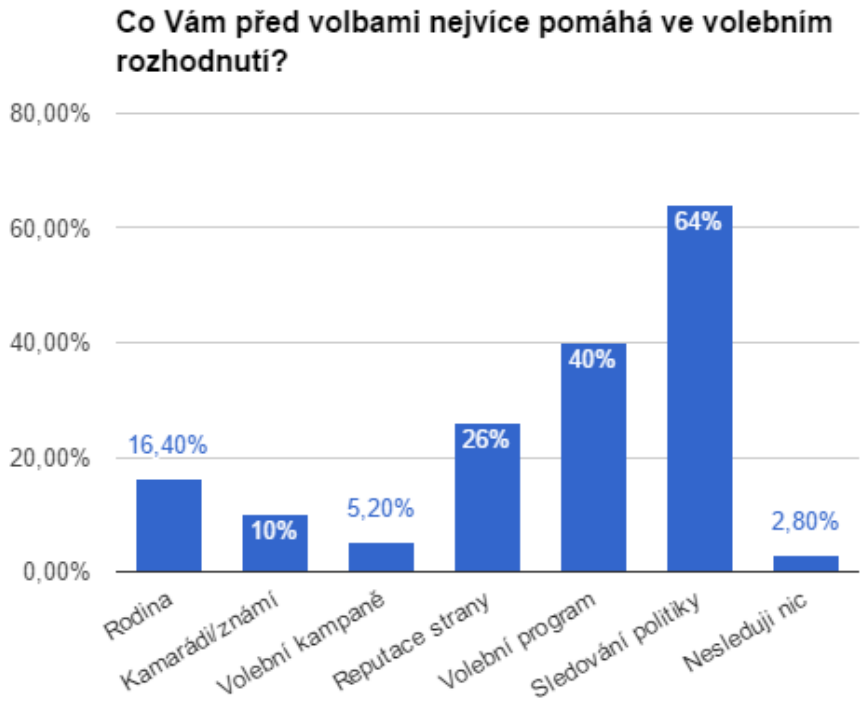
Graf 6: Účast ve volbách do Poslanecké sněmovny



Dále respondenti uváděli faktory, které mají největší vliv na jejich konkrétní volební rozhodnutí a následně faktory, které mají vliv na jejich dlouhodobé politické preference. U těchto otázek mohli respondenti označit minimálně jednu a maximálně dvě odpovědi, abychom zjistili opravdu ty nejvýznamnější faktory, které je ovlivňují.

Nejčastěji studenti uváděli (viz Graf 7), že jejich volební rozhodnutí ovlivňuje průběžné sledování politické situace, uvedlo tak 64 % respondentů. Druhým nejsilnějším faktorem je volební program strany, který jako jeden z faktorů označilo 40 % studentů. Pro 26 % respondentů je v jejich rozhodnutí důležitá reputace strany. Reputace strany se ukázala jako mnohem silnější faktor než volební kampaně, kterou označilo pouze 5 % respondentů. Ohledně blízkého okolí studentů se ukázalo, že silnější vliv má rodina, kterou uvedlo 16,4 % respondentů oproti kamarádům, známým a kolegům, které uvedlo 10 % studentů. Nic nesleduje 2,8 % respondentů.

Graf 7: Faktory, které nejvíce pomáhají respondentům ve volebním rozhodnutí



Na tuto otázku navazuje otázka ohledně dlouhodobých politických preferencí studentů a do jaké míry jsou faktory shodné s faktory ovlivňujícími samotné volební rozhodnutí. V této otázce oproti předcházející přibyla možnost „média“.

Z výsledků zaznamenaných v Grafu 8 je patrné, že nejvýznamnějším faktorem pro tvorbu politických preferencí je stále průběžné sledování činnosti stran, i když ho označilo o necelá 4 % méně respondentů. U dlouhodobých politických preferencí respondentů narostl význam rodiny, který označilo 25,2 % respondentů. Kamarády, známé a kolegy označilo jako významný faktor pro tvorbu politických preferencí oproti předchozí otázce pouze 8,8 %.

22,4 % studentů označilo jako nejvýznamnější faktor volební program strany a hned za volebním programem následuje reputace politické strany s 20 %. Média, jako jeden z nejvýznamnějších faktorů, uvedlo 12,8 % respondentů, volební kampaně uvedlo 2,8 %, což představuje velmi malý, téměř zanedbatelný vliv médií na dlouhodobé politické preference studentů FMV.

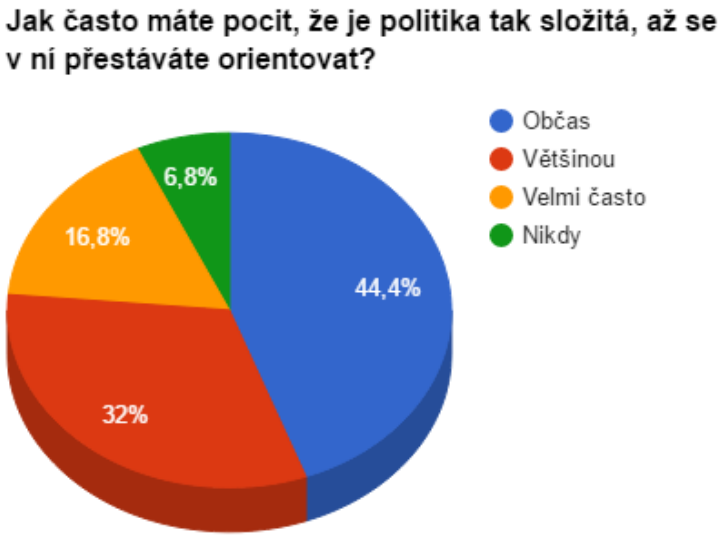
Graf 8: Faktory, které nejvíce ovlivňují dlouhodobé politické preference respondentů



Závěrečné dvě otázky vyžadovaly sebehodnocení studentů ohledně jejich orientace v politické situaci v České republice a ohodnocení dostatečnosti jejich politické informovanosti.

Nejdříve měli studenti na škále vyjádřit, jak často jim politika připadá tak složitá, že se v ní přestávají orientovat. Jak vidíme na Grafu 9, většinou se v politice ztrácí 32 % respondentů a velmi často se přestává orientovat téměř 17 % respondentů. Že se občas přestávají v politice orientovat, se domnívá 44,4 % a pouze 6,8 % nemá nikdy pocit, že je politika příliš složitá, aby se v ní orientovali.

Graf 9: Orientace respondentů v politické situaci



V poslední otázce dotazníku studenti zhodnotili úroveň své politické informovanosti tím, že sami posoudili, zda je jejich politická informovanost dostatečná pro kompetentní rozhodování. V této otázce uvedla polovina respondentů, že si myslí, že je jejich informovanost dostatečná, druhá polovina si myslí opak.

Graf 10: Hodnocení respondentů, zda je jejich politická informovanost dostatečná pro kompetentní rozhodování



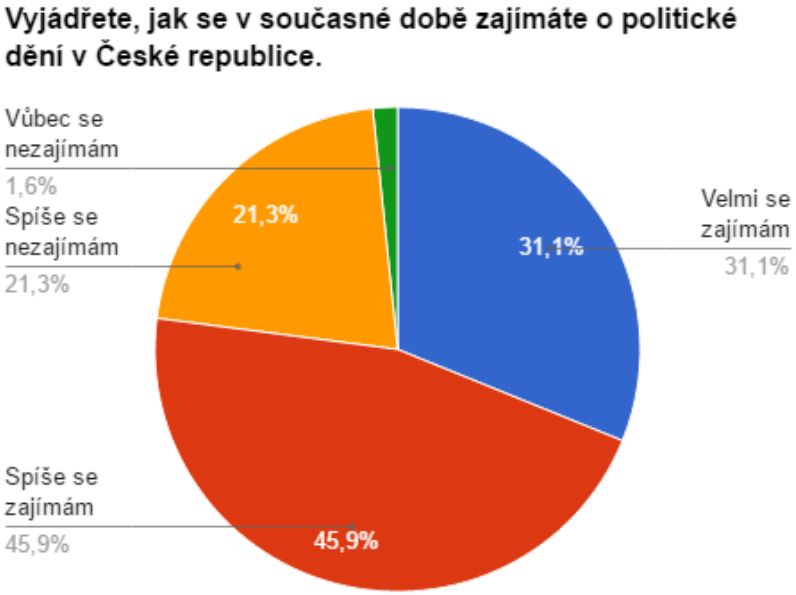
4.2.2. Rozdíly ve výsledcích jednotlivých podskupin respondentů

Nyní se zaměříme na rozdíly ve výsledcích jednotlivých podskupin respondentů, nejprve rozdíly mezi odpověďmi mužů a žen v bloku otázek týkajících se zájmu o politické dění v České republice a politické informovanosti a následně se zaměříme na rozdíly v míře politické participace jednotlivých skupin.

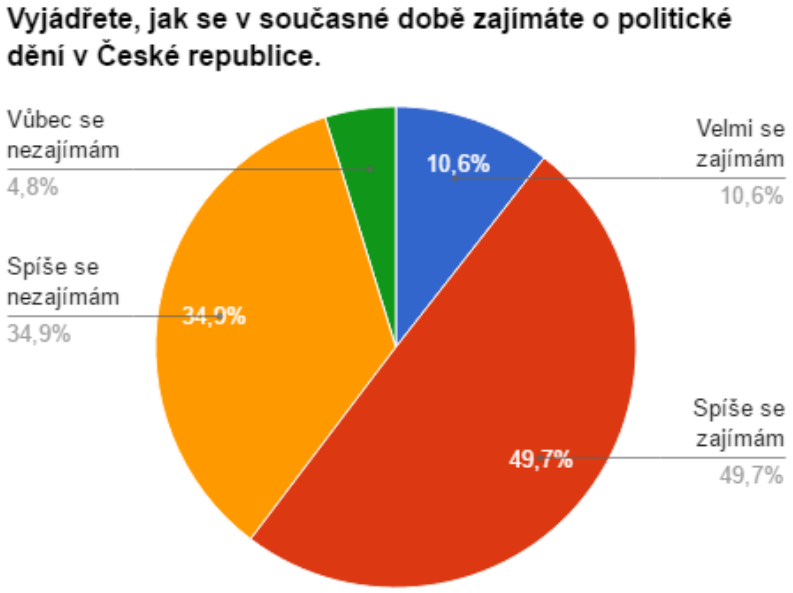
V Grafu 11 a Grafu 12 vidíme, že o politiku se velmi zajímá 31 % mužů, zatímco stejnou možnost uvedlo pouze 10,6 % žen. Spíše se o politiku zajímá přibližně polovina obou skupin respondentů.

O politickou situaci v České republice se nezajímá 23 % mužů a téměř 39 % žen. Tomuto poměru také odpovídá výsledek poslední otázky (otázky ohledně dostatku informací ke kompetentnímu rozhodování), kde se dostatečně informováno k učinění kompetentních rozhodnutí cítilo 70 % mužů a 42 % žen.

Graf 11: Zájem o politickou situaci v ČR – muži



Graf 12: Zájem o politickou situaci v ČR - ženy



Zájem o politickou situaci se částečně také promítl do politické informovanosti. V Tabulce 6, která je přiložena níže, nalezneme procentuální výsledky mužů a žen v oblasti politické informovanosti. V první otázce ohledně jména současného premiéra dopadly ženy o 4 % lépe než muži, ale v obou skupinách odpovědělo správně více než 90 % respondentů.

U následujících dvou otázek však dopadli lépe muži, což bychom mohli spojit i s jejich vyšším zájmem o politické dění v České republice. V otázce, kdy se konaly poslední volby do Poslanecké sněmovny, odpovědělo správně 49,2 % mužů a necelých 43 % žen. Výši volební klauzule vědělo 72,5 % žen a muži v této otázce ženy předehnali o téměř 8 %, odpovědělo jich správně 80 %.

Tabulka 6: Politická informovanost – muži/ženy

Pohlaví	muži	ženy
Jak se jmenuje současný premiér?		
Správně (Bohuslav Sobotka)	93,50%	97,40%
Špatně	4,90%	1,50%
Neví	1,60%	1,10%
Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?		
Správně (podzim 2013)	49,20%	42,90%
Špatně	42,60%	38,60%
Neví	8,20%	18,50%

Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)?		
Správně (5%)	80,00%	72,50%
Špatně	10,20%	14,30%
Neví	9,80%	13,20%

Jak se liší účast mužů a žen v jednotlivých formách participace vidíme v Grafech 13 a 14. V podepisování petic, účasti na referendu a na politických schůzích se muži od žen téměř neliší. Velký rozdíl jsme však zaznamenali v účasti na demonstracích, již se v minulosti zúčastnilo 14 % žen, ale 23 % mužů. Mnohem více mužských respondentů také někdy kontaktovalo voleného zástupce (18 % mužů oproti 5 % žen) a účastnilo se diskuzních fór (34 % mužů proti 18 % žen). Žádné z forem participace se nezúčastnilo 26 % mužských respondentů a 30 % žen.

Graf 13: Politická participace – muži



Graf 14: Politická participace – ženy



Dále se seznámíme s rozdíly v zájmu o politiku a politickou informovanost o současné situaci v České republice s ohledem na počet obyvatel města, kde respondenti absolvovali střední školu.

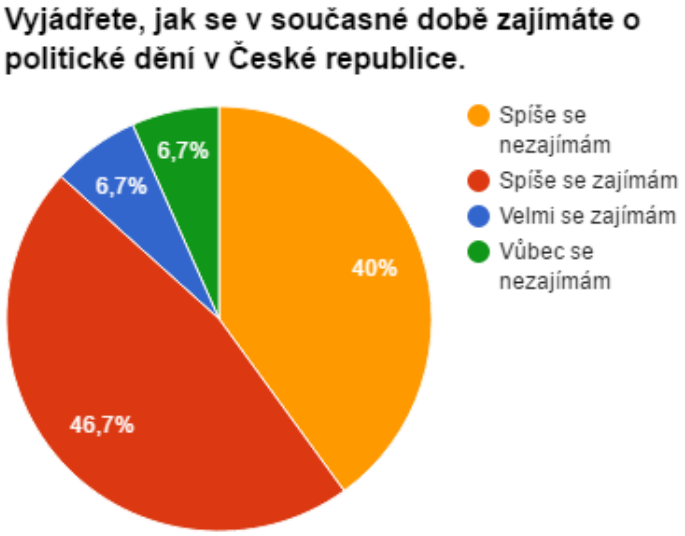
Z výsledků šetření vyplynulo, jak vidíme v Grafech 15 až 18, že ve všech podskupinách se o politiku zajímá nadpoloviční většina respondentů. Respondenti, kteří absolvovali střední školu v malých městech (0 – 10 000 obyvatel) se o politiku zajímají nejméně. Téměř 54 % uvedlo, že se o politiku spíše zajímá nebo velmi zajímá (velmi se zajímá jen 6,7 %). Z této skupiny uvedlo nejvyšší počet respondentů, že se o politické dění nezajímají vůbec, a sice 6,7 %.

Ve středně velkých městech (s počtem obyvatel 10 000 – 50 000 a 50 001 – 100 000) byly výsledky zájmu o politiku srovnatelné. O politiku se v těchto městech zajímá okolo 60 % respondentů, z toho se o politiku velmi zajímá 16,5% respondentů z měst s počtem obyvatel 10 000 – 50 000 a 22 % respondentů z měst s počtem obyvatel 50 001 – 100 000.

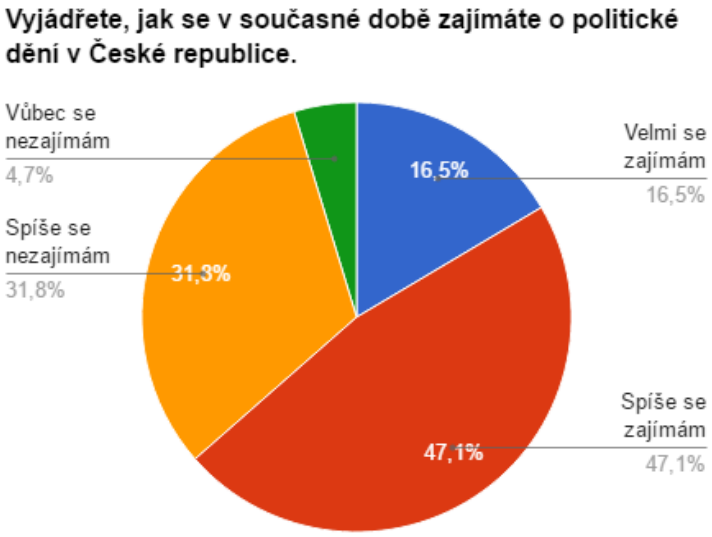
Nejlépe v oblasti zájmu o politiku dopadli respondenti, kteří absolvovali střední školu ve městech s počtem obyvatel nad 100 000. Z těchto respondentů

uvedlo 70 %, že se o politické dění zajímají. Velmi se o politické dění zajímá téměř 15 % respondentů (což je méně než u předchozích dvou skupin).

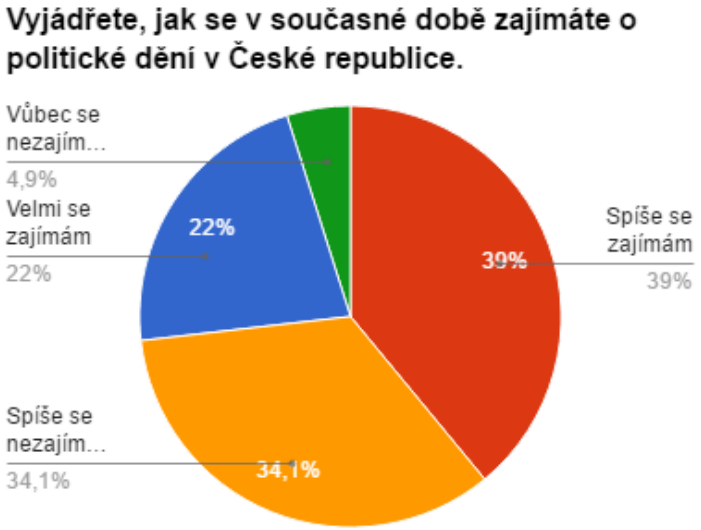
Graf 15: Zájem o politickou situaci v ČR – respondenti, kteří absolvovali SŠ ve městě s počtem obyvatel 0 – 10 000



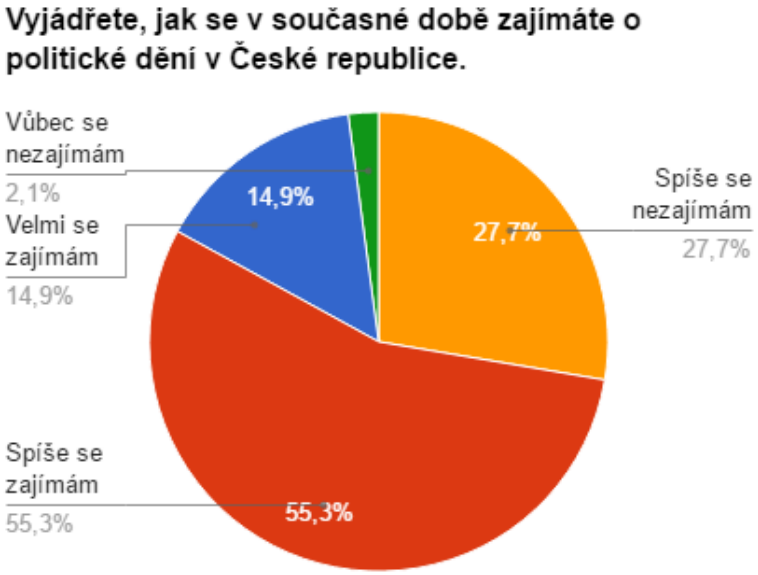
Graf 16: Zájem o politickou situaci v ČR – respondenti, kteří absolvovali SŠ ve městě s počtem obyvatel 10 001 – 50 000



Graf 17: Zájem o politickou situaci v ČR – respondenti, kteří absolvovali SŠ ve městě s počtem obyvatel 50 001 – 100 000



Graf 18: Zájem o politickou situaci v ČR – respondenti, kteří absolvovali SŠ ve městě s počtem obyvatel více než 100 000



Jak se mimo jiné promítne zájem o politické dění v České republice do politické informovanosti respondentů z výše uvedených skupin se podíváme v následující Tabulce 7.

Jak vidíme v následující tabulce, respondenti, kteří absolvovali střední školu v těch nejmenších městech (0 – 10 000 obyvatel), dopadli v oblasti politické

informovanosti ze všech podskupin nejhůře. V první otázce na jméno současného premiéra byly jejich výsledky horší jen o několik procent oproti ostatním, ale v této otázce byla obecně u všech respondentů velmi vysoká úspěšnost. U dalších dvou otázek však byla správnost odpovědí nižší přibližně o 10 a více procent.

Naopak nejvyšší procento správných odpovědí u těchto dvou otázek bylo mezi respondenty, kteří absolvovali střední školu ve městě s více než 100 000 obyvateli, kteří také měli největší zájem o politické dění (viz výše). V druhé otázce na termín posledních voleb do Poslanecké sněmovny odpovědělo správně necelých 47 % respondentů z těchto měst a výši volební klauzu správně uvedlo 79 % respondentů.

Výsledky respondentů ze středních měst (10 001 – 50 000 a 50 001 a 100 000 obyvatel) byly opět srovnatelné, v první otázce vědělo správnou odpověď 97 % z obou skupin respondentů, shodně dopadla i otázka na výši volební klauzule, kde odpovědělo správně 73 % respondentů z obou skupin. Výsledky se lišily pouze u druhé otázky na termín posledních voleb, kde bylo vyšší procento správných odpovědí u respondentů, kteří studovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 10 001 až 50 000.

Tabulka 7: Politická informovanost – rozdělení respondentů podle počtu obyvatel města, kde absolvovali střední školu

Počet obyvatel	0-10 000	10 000 - 50 000	50 000 - 100 000	více než 100 000
Jak se jmenuje současný premiér?				
Správně (Bohuslav Sobotka)	93,30%	97,60%	97,60%	95,70%
Špatně	0,00%	2,40%	2,40%	3,30%
Neví	6,70%	0,00%	0,00%	1,00%
Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?				
Správně (podzim 2013)	33,30%	47,10%	41,40%	46,90%
Špatně	53,30%	42,30%	36,60%	34,00%
Neví	13,40%	10,60%	22,00%	19,10%
Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)?				
Správně (5%)	63,30%	73,00%	73,20%	79,00%
Špatně	10,00%	15,20%	9,80%	11,40%
Neví	26,70%	11,80%	17,00%	9,60%

Ohledně participace studentů rozdělených podle počtu obyvatel měst, kde studovali střední školu, v téměř všech formách participace jsou na prvním místě respondenti z měst, která mají mezi 50 000 a 100 000 obyvateli (viz Grafy 19 až 22). 66 % z nich v minulosti podepsalo petici, za nimi následují respondenti, kteří studovali střední školu ve městě s počtem obyvatel nižším než 10 000, z kterých někdy podepsalo petici 57 %. Další dvě podskupiny jsou srovnatelné, v obou někdy podepsalo petici nad 50 % respondentů.

Respondenti z měst, která mají mezi 50 001 a 100 000 obyvateli se také v největší míře někdy v minulosti účastnili referenda, a sice 37 % z nich. Nejmenší účast na referendech 7 % jsme zaznamenali u respondentů, kteří studovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 10 001 – 50 000.

Účast na demonstraci je jedinou formou participace, které se nejhojněji v minulosti účastnili respondenti z měst s počtem obyvatel nad 100 000. 23 % z nich se někdy v minulosti demonstrace zúčastnilo. Naopak nejmenší počet účastí na demonstracích jsme zaznamenali u respondentů, kteří studovali střední školu v nejmenších městech.

Členství v občanském sdružení (nově spolku) bylo ve všech skupinách téměř shodné a pohybuje se mezi 11 % a 15 procenty. Téměř shodné výsledky jsme zaznamenali i v účasti na politické schůzi, která se pohybuje mezi 7 a 12 procenty. Podobná situace je v případě kontaktování voleného zástupce. Zástupce někdy kontaktovalo 7-12 % respondentů, pouze z nejmenších měst nikdo z respondentů v minulosti voleného zástupce nekontaktoval.

V účasti na diskuzních fórech jsou na prvním místě opět respondenti, kteří studovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 50 001 – 100 000, naopak nejméně se diskuzních fór účastní respondenti, kteří studovali střední školu ve městě s méně než 10 000 obyvateli, pouze 13 % z nich. A největší procento právě respondentů z nejmenších měst se nikdy v minulosti nezúčastnilo ani jedné z uvedených forem participace (37 %).

Graf 19: Politická participace – respondenti, kteří absolvovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 0 – 10 000



Graf 20: Politická participace – respondenti, kteří absolvovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 10 001 – 50 000



Graf 21: Politická participace – respondenti, kteří absolvovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 50 001 – 100 000



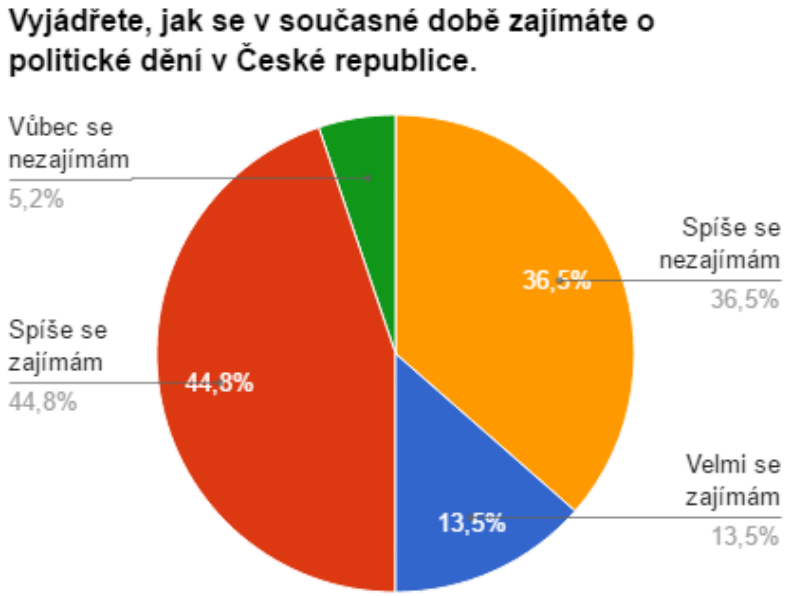
Graf 22: Politická participace – respondenti, kteří absolvovali střední školu ve městě s počtem obyvatel více než 100 000



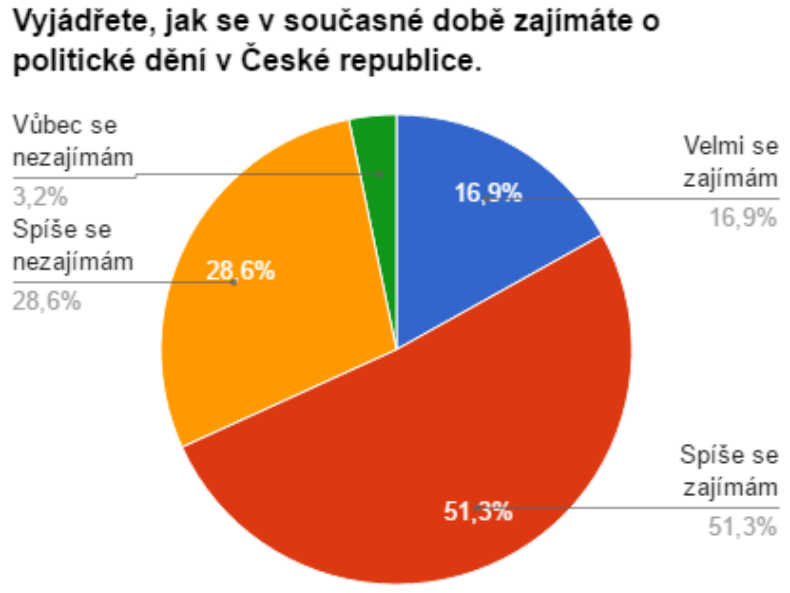
Zda jsou pozorovatelné nějaké rozdíly v zájmu o politiku a posléze v politické informovanosti mezi studenty bakalářského a magisterského studia, se přesvědčíme v následující části.

Z Grafů 23 a 24 vidíme, že se o polické dění zajímají více studenti magisterského studia než studenti bakalářského studia. Z bakalářských studentů se o politické dění zajímá 58 % respondentů, zatímco magisterských studentů se zajímá o politické dění o 10 % více.

Graf 23: Zájem o politické dění v ČR – studenti bakalářského studia



Graf 24: Zájem o politické dění v ČR – studenti magisterského studia



Stejně jako u předchozích skupin se výše zájmu o politické dění v České republice promítla také do výsledků v oblasti politické informovanosti, jak se můžeme přesvědčit níže v Tabulce 8.

Rozdíl ve výsledcích studentů bakalářského a magisterského stupně studia však není tak markantní. Rozdíly jsou pouze o jednotky procent. V první otázce na jméno premiéra odpovědělo správně o necelých 5 % magisterských studentů více než bakalářských, stejně tak tomu je v otázce druhé na termín posledních voleb do Poslanecké sněmovny. Poslední otázku, výši volební klauzule, vědělo o 4 % více magisterských studentů než bakalářských.

Tabulka 8: Politická informovanost – studenti bakalářského a magisterského studia

Studium	bakalářské	magisterské
Jak se jmenuje současný premiér?		
Správně (Bohuslav Sobotka)	93,80%	98,10%
Špatně	5,20%	0,60%
Neví	1,00%	1,30%
Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?		
Správně (podzim 2013)	41,70%	46,20%
Špatně	38,50%	40,20%
Neví	19,80%	13,60%
Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)?		
Správně (5%)	72,80%	76,00%
Špatně	13,60%	10,30%
Neví	13,60%	13,70%

Jestli jsou studenti bakalářského studia o něco málo pozadu také s politickou participací, vidíme na výsledcích zaznamenaných v Grafech 26 a 26.

Jak vidíme, studenti magisterského studia přeskočili studenty bakalářské ve všech formách participace. O 10 % více magisterských studentů v minulosti podepsalo petici, zúčastnili se referenda nebo demonstrace než studenti bakalářští.

V jednotkách procent mají také oproti bakalářským studentům náskok v členství v občanském sdružení (nově spolku), v kontaktování voleného zástupce, v účasti na diskuzních fórech nebo na politické schůzi. Z respondentů z bakalářských studentů se dokonce 40 % z nich nikdy v minulosti nezúčastnilo žádné z uvedených

forem politické participace. Z magisterských studentů se uvedených forem participace nezúčastnilo 21 %.

Graf 25: Politická participace – studenti bakalářského studia



Graf 26: Politická participace – studenti magisterského studia

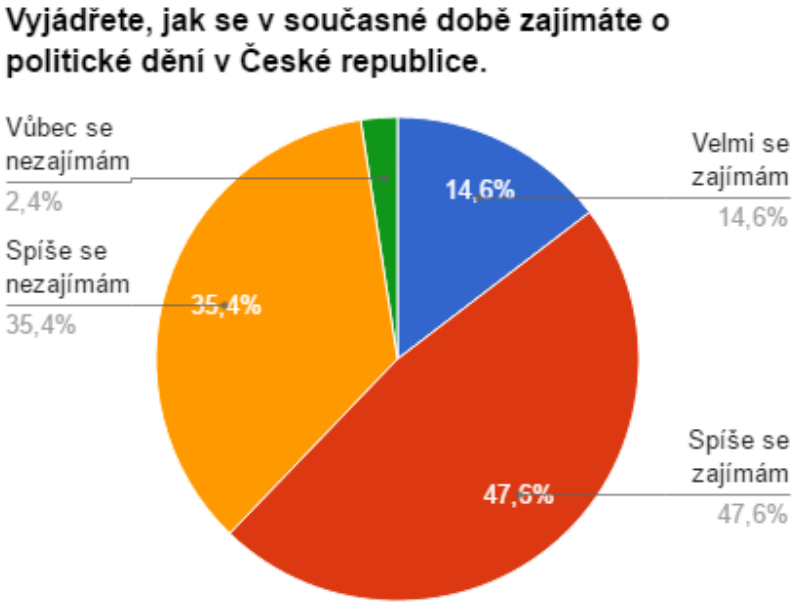


Posledním rozdělením respondentů je jejich rozdělení podle oborů, které na Fakultě mezinárodních vztahů studují. Jaký je rozdíl mezi obory v zájmu o politické dění v České republice a jaká je jejich politická informovanost se přesvědčíme níže (viz Grafy 27 až 32).

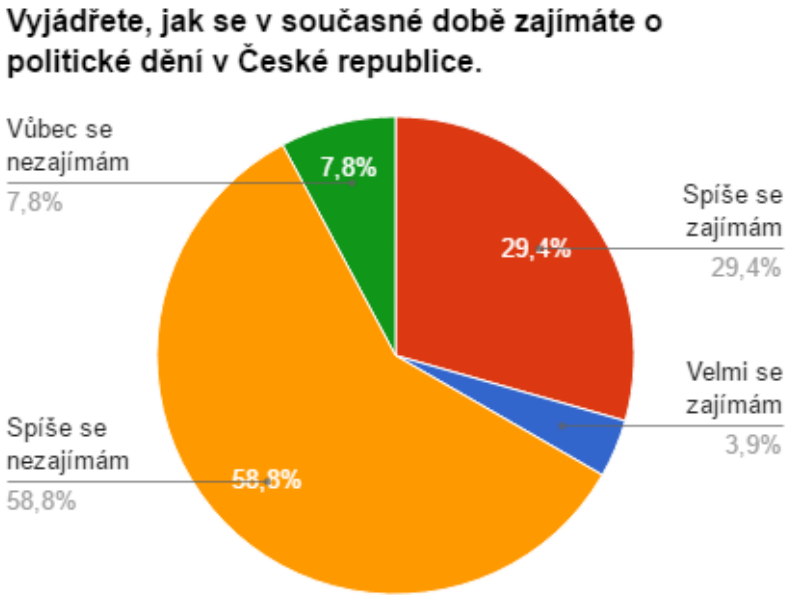
Nejmenší zájem o politické dění projevují studenti oboru Cestovní ruch. Pouze 33 % z nich odpovědělo, že se o politické dění v České republice zajímá. Naopak nejvíce se přirozeně o politické dění zajímají studenti Politologie a Diplomacie. 97,5 % studentů Politologie uvedlo, že se o politické dění zajímá a pouze z této skupiny nikdo neuvedl, že se o politické dění nezajímá vůbec. Studentů z oboru Diplomacie se o politické dění zajímá 81 %.

Zájem studentů z oborů Mezinárodní obchod a Podnikání a právo převyšoval 60 % (62 % studentů Mezinárodního obchodu a téměř 67 % studentů Podnikání a práva se zajímá o politické dění v ČR). Druhý nejnižší zájem o politické dění projevili studenti oboru Evropská integrace (55,6 %).

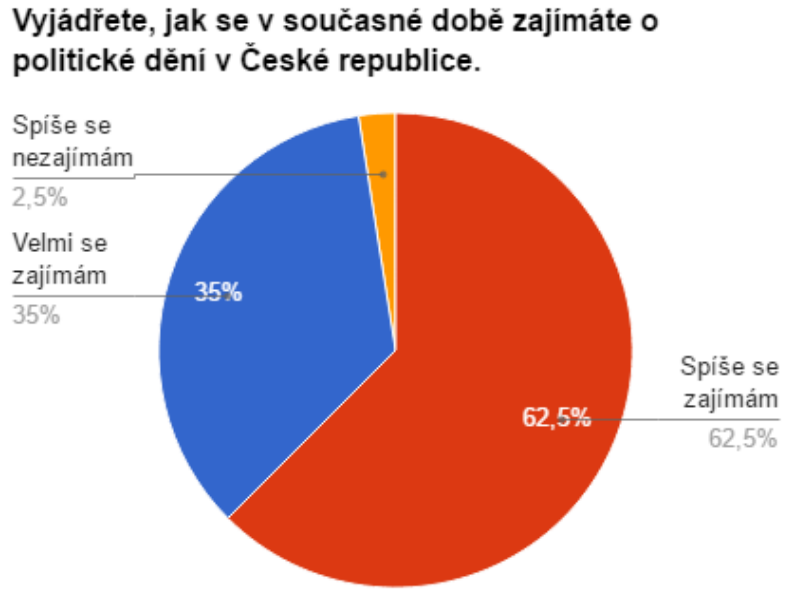
Graf 27: Zájem o politické dění v ČR – studenti Mezinárodního obchodu



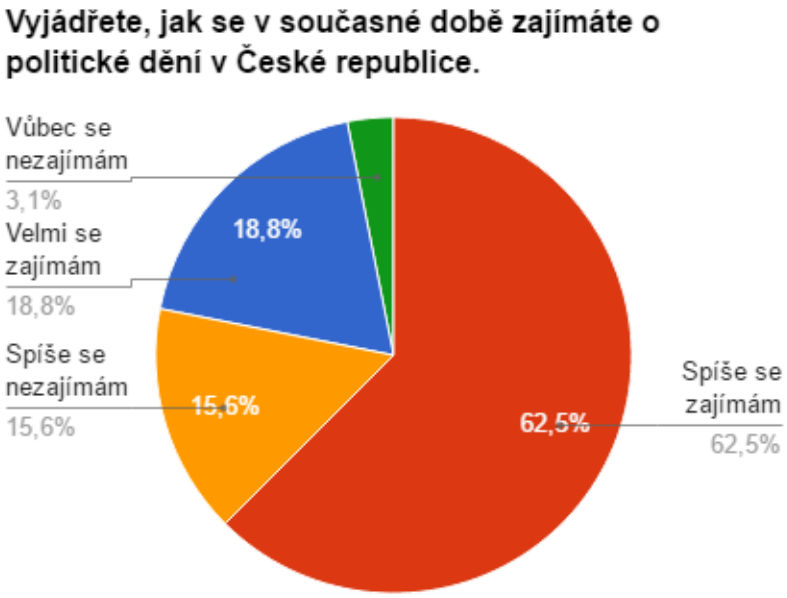
Graf 28: Zájem o politické dění v ČR – studenti Cestovního ruchu



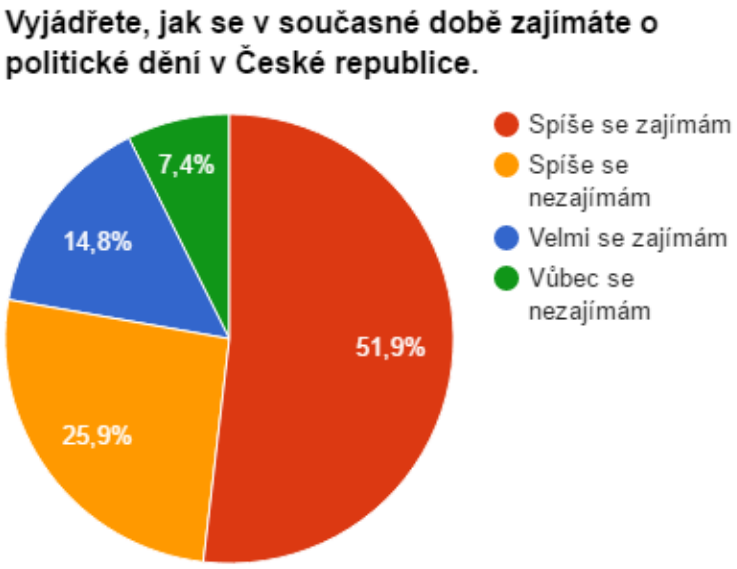
Graf 29: Zájem o politické dění v ČR – studenti Politologie



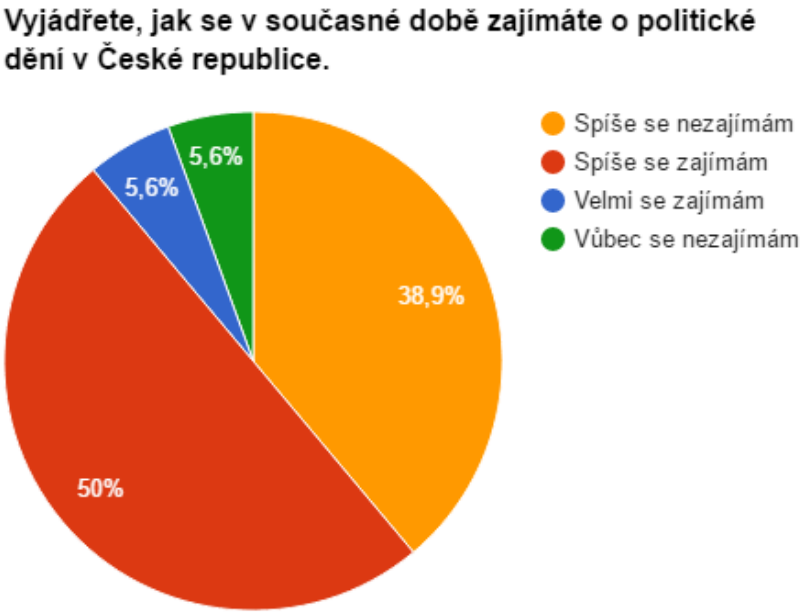
Graf 30: Zájem o politické dění v ČR – studenti Diplomacie



Graf 31: Zájem o politické dění v ČR – studenti Podnikání a práva



Graf 32: Zájem o politické dění v ČR – studenti Evropské integrace



Jak jsou na tom studenti jednotlivých oborů, se můžeme přesvědčit v Tabulce 9. V první otázce dopadly všechny obory téměř stejně, správnost odpovědí se pohybovala okolo 95 %, pouze studenti Politologie měli 100 % správné odpovědi.

Studenti oboru Politologie měli nejvíce správných odpovědí i u zbývajících dvou otázek. V otázce na termín posledních voleb do Poslanecké sněmovny odpovědělo správně 75 % studentů Politologie a výši volební klauzule uvedlo správně 95%.

Z ostatních oborů dopadli v druhé otázce nejlépe studenti oboru Podnikání a právo, kteří věděli správně termín posledních voleb v téměř 52 %. Za nimi následují studenti Mezinárodního obchodu se 40 % správných odpovědí, Evropská integrace s téměř 39 % správných odpovědí a studenti Diplomacie s 34 % správných odpovědí. Nejhůře dopadli studenti oboru Cestovní ruch, kteří se také nejméně zajímají o politické dění, z nichž jen 31 % vědělo odpověď na druhou otázku.

U třetí otázky následují studenty Politologie ve správných odpovědích studenti Diplomacie, kteří je také následovali v míře zájmu o politické dění. Výši volební klauzule správně uvedlo 84 % studentů Diplomacie. Na tuto otázku odpovědělo správně 76 % studentů Mezinárodního obchodu a o 10 % méně správných odpovědí uvedli studenti oboru Podnikání a právo. Nejméně správných odpovědí uvedli studenti Evropské integrace (62 %) a Cestovního ruchu (61 %), tedy

studenti těch oborů, kteří projevili vůbec nejnižší zájem o politické dění v České republice.

Tabulka 9: Politická informovanost – studenti Mezinárodního obchodu (MO), Cestovního ruchu (CR), Politologie (POL), Diplomacie (DIP), Podnikání a práva (PP) a Evropské integrace (EI)

Obor	MO	CR	POL	DIP	PP	EI
Jak se jmenuje současný premiér?						
Správně (Bohuslav Sobotka)	95,10%	96,00%	100,00%	96,90%	96,30%	94,40%
Špatně	4,90%	2,00%	0,00%	0,00%	3,70%	0,00%
Neví	0,00%	2,00%	0,00%	3,10%	0,00%	5,60%
Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?						
Správně (podzim 2013)	40,20%	31,40%	75,00%	34,40%	51,90%	38,90%
Špatně	47,60%	35,30%	25,00%	43,70%	33,30%	50,00%
Neví	12,20%	33,30%	0,00%	21,90%	14,80%	11,10%
Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)?						
Správně (5%)	76,50%	62,70%	95,00%	84,30%	66,70%	61,10%
Špatně	12,50%	9,80%	5,00%	9,40%	18,50%	11,10%
Neví	11,00%	27,50%	0,00%	6,30%	14,80%	27,80%

Z Grafů 33 až 38 vidíme, že v politické participaci opět naprosto vynikají studenti oboru Politologie, které předehnali studenti Diplomacie pouze v účasti v referendu. Jinak jsou studenti politologie politicky nejaktivnější. 70 % z nich v minulosti podepsalo petici a 30 % z nich se zúčastnilo demonstrace. V této formě participace jsou zase studenti Diplomacie na posledním místě s 9 %. Preferují jiné způsoby participování na politice, ty diplomatičtější, jakými jsou petice (66 %), referenda (22 %), členství ve spolku (19 %) nebo diskuzní fóra (28 %).

Čtvrtina studentů politologie jsou nebo byli členy ve spolku a kontaktovali v minulosti nějakého zvoleného zástupce. Téměř polovina z nich se účastní diskuzních fór a 33 % se zúčastnilo politické schůze. Pouze 8 % ze studentů Politologie se nikdy nezúčastnilo ani jedné z uvedených forem participace.

I v oblasti politické participace dopadli nejhůře studenti Cestovního ruchu, z nichž pouze 2 % někdy kontaktovalo voleného zástupce a zúčastnilo se politické

schůze, 8 % z nich se účastní diskuzních fór a nikdo z respondentů z Cestovního ruchu není členem žádného spolku.

Nejvyšší počet respondentů, kteří se nikdy nezúčastnili ani jedné z uvedených forem politické participace, tedy 37 % bylo mezi studenty z oborů Cestovní ruch, Mezinárodní obchod a Podnikání a právo. Z oboru Evropská integrace se jich nikdy nezúčastnilo 22 % a z oboru Diplomacie 16 %.

Graf 33: Politická participace – studenti Mezinárodního obchodu



Graf 34: Politická participace – studenti Cestovního ruchu



Graf 35: Politická participace – studenti Politologie



Graf 36: Politická participace – studenti Diplomacie



Graf 37: Politická participace – studenti Podnikání a práva



Graf 38: Politická participace – studenti Evropské integrace



4.3. Shrnutí

Celkové výsledky studentů Fakulty mezinárodních vztahů ohledně jejich informovanosti a participace dopadly v jednotlivých blocích různě. Velmi špatně dopadly podle očekávání otázky týkající se dění na fakultě a voleb do Akademického senátu. Jedná se o formu participace, která je studentům nejblíž a ovlivňuje je přímo během jejich let na vysoké škole. Přesto se voleb zúčastnilo pouze 15 % studentů a ani tito respondenti nevědí jméno alespoň jednoho zástupce FMV v Akademickém senátu (jméno správně uvedlo pouze 3 % respondentů). Lépe na tom respondenti byli se jménem děkana FMV.

Blok otázek zaměřený na zájem o politiku a politickou informovanost respondentů nedopadl dle předpokladů. Pouze něco málo přes polovinu respondentů se zajímá o politické dění v České republice (přitom voleb a dalších forem participace se účastní mnohem větší procento respondentů, jak uvidíme dále). Jméno současného premiéra věděli téměř všichni, ale i zde několik studentů chybovalo. Termín posledních voleb do Poslanecké sněmovny nevěděla ani polovina respondentů, což přisuzuji velkému počtu různých voleb (do Senátu, Evropského parlamentu, krajských zastupitelstev, prezidentská volba), takže si studenti těžko

hned vybaví termín zrovna těchto uvedených voleb. Tři čtvrtiny respondentů uvedly správně výši volební klauzule, což je v tomto případě pozitivní výsledek, protože je to více studentů, než kolik se skutečně zajímá o politiku v České republice.

Ohledně politické participace je evidentní, že volby do Poslanecké sněmovny jsou nejsilnější formou politické participace, neúčastní se jich necelých 9 % respondentů, kdežto ostatních forem participace se nikdy nezúčastnila téměř třetina respondentů. Z ostatních forem participace respondenti nejčastěji v minulosti podepsali petici a účastnili se diskuzních fór, nejméně častou formou je podle očekávání členství v politické straně. Tato forma participace má v České republice stále poněkud pejorativní charakter.

Podle očekávání, které jsem do studentů FMV vkládala, dopadlo označení faktorů, které je nejvíce ovlivňují v konkrétním volebním rozhodnutí a v dlouhodobých politických preferencích. Respondenti v drtivé většině označovali, že průběžně sledují politiku a orientují se podle volebního programu stran. Případně je ovlivňuje jejich blízké okolí. Volební kampaně, v České republice opravdu masivní, ovlivňují pouze zanedbatelnou část respondentů.

U dlouhodobých preferencí narostl vliv rodiny, což je samozřejmé, je to nejbližší okolí, ve kterém jsme pravděpodobně všichni poslouchali první názory a postoje k politice vůbec. U dlouhodobých preferencí mohli studenti také označit vliv médií, který označilo 12 % respondentů. Osobně se domnívám, že ten vliv je o něco větší, jelikož v současné době jsou média skutečně všudypřítomná. Pouze okolo 3 % respondentů nesleduje nic.

Z předchozích někdy rozporuplných výsledků také vyplývá odpověď na otázku ohledně orientace studentů v politice, kde pouze 7 % respondentů uvedlo, že se v politice nikdy nepřestává orientovat. Mírně nebo občas složitá připadá politika zbylým 93 % respondentům.

Zajímavé je, že i přesto, že u dvou ze tří otázek na současnou politickou situaci v České republice odpověděla velká většina respondentů správně (viz Tabulka 5), přes 60 % respondentů uvedlo, že pravidelně sleduje činnost stran (viz Graf 7 a Graf 8) a dvě třetiny respondentů se v minulosti zúčastnily alespoň jedné z forem politické participace (viz Graf 5 a 6), pouze polovina respondentů se domnívá, že je jejich informovanost dostatečná pro činění kompetentních rozhodnutí v oblasti politiky.

Domnívala jsem se, že rozdíly mezi muži a ženami nebudou příliš výrazné, jelikož se v dnešní době stírají rozdíly mezi gendery. Přesto se o politiku více zajímají muži než ženy a ten rozdíl nebyl zanedbatelný. Na druhé straně se o politickou situaci v České republice nezajímá 23 % mužů a téměř 39 % žen, což jsou velmi vysoká čísla (především u žen) vzhledem k tomu, že většina z těchto respondentů chodí k volbám a účastní se dalších forem politické participace. Bylo by s podivem, kdyby se tento markantní rozdíl v zájmu o politiku nepromítl do politické informovanosti, kde dopadli muži lépe než ženy ve dvou otázkách ze tří.

I ve formách politické participace byly znatelné rozdíly mezi muži a ženami. U obou skupin byl nejrozšířenější formou podpis petice, ale v některých formách se procentuálně muži a ženy lišili. Muži se více účastní demonstrací, častěji kontaktují volené zástupce a účastní se diskuzních fór. Mohli bychom říci, že muži se více účastní takových forem participace, které bychom mohli označit jako o něco agresivnější než ostatní. V ostatních formách byly výsledky mužů a žen srovnatelné.

Dalším demografickým údajem, podle kterého jsem rozlišila respondenty, byla velikost měst, ve které absolvovali střední školu. Nejvíce se o politiku zajímají respondenti, kteří studovali střední školu ve městě s více než 100 000 obyvateli, nejméně se o politiku zajímají respondenti, kteří střední školu studovali v těch nejmenších městech (0 – 10 000 obyvatel). Tento zájem/nezájem se opět promítl do výsledků otázek na politickou informovanost studentů, kde nejlépe dopadli studenti, kteří studovali střední školu v největších městech a nejhůře studenti, kteří studovali v nejmenších městech.

Mezi všemi skupinami byl opět nejrozšířenější podpis petice, kterého se zúčastnilo přes polovinu respondentů. U většiny forem participace byly výsledky těchto skupin srovnatelné. Pouze u podpisu petice a účasti na referendu vynikli respondenti, kteří studovali střední školu ve městě s počtem obyvatel 50 000 – 100 000. V účasti na demonstraci převyšovali ostatní studenty respondenti, kteří studovali střední školu v největších městech, a naopak mezi respondenty z nejmenších měst bylo nejvyšší procento respondentů, kteří se nikdy nezúčastnili žádné z forem participace. Pravděpodobně se s nimi nesetkávají tak často, jako ti, kteří studovali na větších městech.

Rozdíly mezi studenty bakalářského a magisterského stupně studia dopadly podle očekávání. O politické dění se zajímá o 10 % více magisterských studentů a ti odpovídali také lépe v otázkách na politickou informovanost. Rozdíly správných

odpovědí však byly v jednotkách procent. V politické participaci, jak jsme viděli, však již byly rozdíly mnohem větší. To můžeme z určité části přisuzovat tomu, že jsou magisterští studenti starší než bakalářští, tudíž měli více příležitostí participovat, nemusí to však nutně platit vždy. Dvojnásobně více bakalářských studentů se nikdy nezúčastnilo žádné z forem politické participace, což je významný rozdíl.

Napříč obory byly výsledky také částečně podle očekávání. Největší zájem o politiku měli respondenti oborů Politologie a Diplomacie, naopak překvapující byl velmi nízký zájem studentů oboru Cestovní ruch o politické dění v České republice (dvě třetiny z nich se o něj nezajímají).

Jako ve všech předchozích podskupinách se zájem o politiku promítl do výsledků bloku otázek na politickou informovanost. Naprosto nejlepší výsledky měli studenti oboru Politologie. Studenti Diplomacie měli výborné výsledky v otázce na jméno premiéra a výši volební klauzule, ale naopak jedny z nejhorších výsledků v otázce na poslední termín voleb do Poslanecké sněmovny. Studenti Cestovního ruchu měli nejhorší výsledky v otázce na termín posledních voleb a druhé nejhorší výsledky v otázce na výši volební klauzule. V ní byli nejhorší studenti oboru Evropská integrace, kteří mají druhý nejnižší zájem o politické dění v České republice. Ti měli ještě o jedno procento horší výsledek než studenti Cestovního ruchu.

Jak jsme viděli z výsledků dotazníkového šetření, studenti oboru Politologie také značně vyčnívali nad ostatními obory v účasti na všech formách politické participace (kromě účasti v referendu, ve které je o 4 % předehnali studenti Diplomacie). Obecně nejnižší zájem o politickou participaci byl po předchozích výsledcích ne příliš překvapivý u studentů oboru Cestovního ruchu.

Z výsledků dotazníkového šetření je patrné, že zájem o politické dění je přímo provázán s politickou informovaností a potažmo s účastí na politické participaci. Ve spoustě případů se politické participace v alespoň jedné formě účastní více studentů, než kolik se jich skutečně zajímá o politické dění. Jak jsme již zmínili, tak neinformovaní občané nejsou pro demokracii žádoucí a rozhodování neinformovaných studentů nemůže být nikdy stejně kompetentní jako rozhodování studentů, kteří se o politickou situaci zajímají a bez problému se v ní orientují.

Závěr

Ve své diplomové práci jsem se zabývala politickou informovaností a politickou participací v České republice, zaměřené na účast ve volbách do Poslanecké sněmovny. Konkrétně se potom výzkum zaměřil na politickou informovanost a politickou participaci studentů Fakulty mezinárodních vztahů Vysoké školy ekonomické v Praze. Dále jsem se zabývala faktory, které je nejvíce ovlivňují v samotném volebním rozhodnutí a v jejich dlouhodobých preferencích a jak se od sebe tyto faktory odlišují.

V teoretické části práce jsme se přesvědčili, že politická informovanost občanů jde ruku v ruce s jejich politickou participací a s kvalitou takové participace. Politická participace je nezbytnou součástí všech zmíněných modelů demokracie – zastupitelské, přímé a participační, která se nachází na středu mezi nimi, jen v odlišné míře.

Konkrétně volební účast je hodnocena ze dvou různých pohledů – jeden pokládá nízkou volební účast za negativní, protože potom dochází k podreprezentaci zájmů různých sociálních skupin, druhý pohled naopak říká, že nízká volební účast znamená souhlas obyvatel s politikou a je proto pozitivní. V této práci jsem se přiklonila spíše k prvnímu názoru na nízkou volební účast, protože jak jsme viděli dále, nízká volební účast v České republice velmi zkresluje výsledky voleb a zatímco některé strany z nízké volební účasti těží, jiné z ní tratí.

I když jsem se domnívala, že masová média nebudou mít příliš velký vliv na zkoumaný vzorek vysokoškolských studentů, přesto mají v politice své místo a hrají obrovskou roli v politické komunikaci, jak jsme se přesvědčili v Kapitole 3. Rozšíření televize a internetu představuje pro politiky výzvu, jak komunikovat se svými voliči i odpůrci. Mají mnohem více možností, ale na druhou stranu také mnohem více nástrah. Musí věnovat větší pozornost svému vystupování, oblékání, rétorice apod.

Jedním příkladem za všechny byla role médií v prezidentské volbě, kdy v bulvárním deníku Blesk vyšel inzerát, který obsahoval nepravdivé informace a navíc nebyl známý jeho zadavatel. Rychle vydaná informace, která jistě ovlivnila část obyvatel. Po skončení volby byla zadavateli inzerátu uložena pokuta, ale prezidentskou volbu to již samozřejmě nezměnilo.

Cílem praktické části diplomové práce bylo popsat stav současné politické informovanosti a úrovně politické participace studentů FMV. Ve většině případů se průzkum vyvinul tak, jak jsem očekávala. Například v oblasti participace v rámci školy, a sice na volbách do Akademického senátu, byly výsledky opravdu velmi špatné. Voleb se účastní minimum studentů a téměř nikdo nezná jméno ani jednoho zástupce FMV.

I v dalších celkových výsledcích jsme se shodli s očekáváním, o politiku se zajímá většina studentů FMV (i když zde by mohl být výsledek ještě o něco lepší), v rámci politické informovanosti si studenti vedli také dobře, kromě otázky na poslední termín voleb, čehož možnou příčinu jsem uvedla výše. Z forem politické participace mají studenti skutečně nejblíže k volbám do Poslanecké sněmovny a z ostatních forem uváděli nejčastěji podpis petice. Překvapivá informace byla ta, že téměř třetina respondentů se nezúčastnila žádné formy politické participace. Ve volebním rozhodnutí a v dlouhodobých politických preferencích je nejvíce ovlivňuje průběžné sledování politiky a volební programy stran. Silný vliv má také blízké okolí studentů – jejich rodina, známí, kolegové apod. Populistické volební kampaně a mediální masáž na ně má zanedbatelný vliv.

Velmi málo respondentům připadá politika tak složitá, že se v ní přestávají orientovat. I přesto, a přes relativně velkou míru správných odpovědí u otázek na politickou informovanost a přes velkou míru politické participace studentů, se pouze polovina respondentů cítí dostatečně informovaná pro kompetentní politickou participaci. Očekávala jsem v této oblasti vyšší sebevědomí studentů.

V partikulárních výsledcích se nepotvrdil předpoklad, že se stírají genderové rozdíly, jelikož výsledky mužů se velmi lišily od výsledků žen. Potvrdila se však vyšší účast mužů v poněkud agresivnějších formách politické participace než žen. Výsledky studentů rozdělených podle velikosti města, ve kterém studovali střední školu, byly srovnatelné.

Potvrdil se také rozdíl mezi studenty bakalářského studia a magisterského studia. Bakalářští studenti se méně zajímají o politické dění, měli horší výsledky v bloku otázek testujících politickou informovanost a také se v menší míře účastnili různých forem politické participace. Mezi obory dopadli jednoznačně nejlépe studenti oboru Politologie, kteří měli výborné výsledky, a hned za nimi následovali studenti oboru Diplomacie. Velmi špatné, podprůměrné, výsledky měli studenti Cestovního ruchu.

Když pominu minimální účast studentů ve volbách do Akademického senátu a neznalost zástupců fakulty, shledávám výsledky výzkumu politické informovanosti a politické participace jako uspokojivé. V oblasti zájmu studentů Fakulty mezinárodních vztahů o politické dění v České republice je prostor pro zlepšení a další výzkum by mohl navázat a analyzovat možné cesty, jak zájem studentů o politické dění (i o dění na univerzitě) zvýšit.

Seznam literatury

Odborná literatura:

BRADOVÁ, Eva. *Negativní kampaně a politická reklama ve volbách*. Olomouc: Periplum, 2008. ISBN 978-80-86624-44-0.

CABADA, Ladislav a Michal KUBÁT. *Úvod do studia politické vědy*. Praha: Eurolex Bohemia, 2002, 445 s. ISBN 80-86432-41-6.

ČMEJREK, Jaroslav, Václav BUBENÍČEK a Jan ČOPÍK. *Demokracie v lokálním politickém prostoru*. Praha: Grada, 2010. Politologie (Grada). ISBN 978-80-247-3061-5.

DAHL, Robert. O demokracii : Průvodce pro občany. Praha : Portál, 2001. 192 s. ISBN 80-7178-422-2.

DVOŘÁKOVÁ, Vladimíra. Civil society and social movements in Latin America and Central and Eastern Europe: a comparative approach. *Tensoes Mundiais: Revista de Observatório das Nacionalidades*. 2008, roč. 4, č. 7. ISSN 1809-3124.

GASTIL, John. *By popular demand: revitalizing representative democracy through deliberative elections*. Berkeley: University of California Press, 2000. ISBN 05-202-2364-0.

HLOUŠEK, Vít, KOPEČEK, Lubomír. Demokracie : teorie, modely, osobnosti, podmínky, nepřátelé a perspektivy demokracie. Brno : Masarykova univerzita v Brně. Mezinárodní politologický ústav, 2003. 375 s. ISBN 80-210- 3195-6.

CHRÁSKA, Miroslav. *Metody pedagogického výzkumu: základy kvantitativního výzkumu*. Praha: Grada, 2007. Pedagogika (Grada). ISBN 978-80-247-1369-4.

JABŁOŃSKI, Andrzej. *Politický marketing: úvod do teorie a praxe*. Brno: Barrister & Principal, 2005, 203 s. ISBN 80-7364-011-2.

JIRÁK, Jan a Blanka ŘÍCHOVÁ. *Politická komunikace a média*. Praha: Karolinum, 2000, 163 s. ISBN 80-246-0182-6.

LIJPHART, Arend. *Patterns of democracy: government forms and performance in thirty-six countries*. New Haven: Yale University Press, 1999. ISBN 03-000-7893-5.

LINEK, Lukáš. *Kam se ztratili voliči?: vysvětlení vývoje volební účasti v České republice v letech 1990–2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), 2013, 334 s. ISBN 978-80-7325-314-1.

LINEK, Lukáš a Pat LYONS. *Politická informovanost občanů - teorie, měření a role při zkoumání politických postojů*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky, 2008. ISBN 978-80-7330-137-8.

MCNAIR, Brian. *An introduction to political communication*. 3rd ed. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-153-0708-2.

MÜLLER, Karel. *Češi a občanská společnost: pojem, problémy, východiska*. 2. vyd. Praha: Triton, 2003, 271 s. ISBN 80-7254-387-3.

PERLOFF, Richard M. *The dynamics of political communication: media and politics in a digital age*. New York, NY: Routledge, 2014. ISBN 978-041-5531-849.

SCHUMPETER, Joseph Alois. *Capitalism, socialism and democracy*. 5th ed. London: Routledge, 1976. ISBN 04-151-0762-8.

SKOVAJSA, Marek a kol. Občanský sektor : Organizovaná občanská společnost v České republice. Praha : Portál, 2010. 376 s. ISBN 978-80-7367-681-0.

THURBER, James A., Candice J. NELSON a David A. DULIO. *Crowded airwaves: campaign advertising in elections*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2000. ISBN 08-157-8455-4.

Prameny:

STEM, Trendy 9/2012, 1205 respondentů starších 18 let

Ústava České republiky a Listina základních práv a svobod ze dne 16. prosince 1992. 2. dopl. vyd. Ostrava: Aries, 1992, 110 s.

Vlastní dotazníkové šetření probíhající ve dnech 10. až 23. března

Ostatní zdroje:

ANTOŠ, Jakub. Agresivita a inovace - to je kampaň 2006. *Aktuálně.cz* [online]. 2006 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://zpravy.aktualne.cz/domaci/politika/agresivita-a-inovace-to-je-kampan-2006/r~i:article:136271/

Co to je masová společnost. *Mediagram* [online]. [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://mediagram.cz/dejepis/co-to-je-masova-spolecnost

Důvěra v nejvyšší politické instituce. *STEM - Středisko empirických výzkumů* [online]. 2012 [cit. 2015-11-14]. Dostupné z: http://www.stem.cz/clanek/2578

DVOŘÁKOVÁ, Lucie. *Volební a stranický systém ve Švýcarsku a jejich vzájemný vliv s ohledem na změnu volebního systému v roce 1918*. Brno, 2007. Bakalářská práce. Masarykova univerzita. Vedoucí práce Mgr. Jakub Šedo, PhD.

EIBL, Otto. Politická komunikace ve světě nových médií. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, s. 12-28 [cit. 2016-01-14]. ISBN 978-80-904158-3-6. Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf

Formy a typy nevolební politické participace v Evropě. *SOCIOweb* [online]. 2009 [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: http://www.socioweb.cz/index.php?disp=teorie&shw=373&lst=105

GABAL, Ivan. ANALÝZA: Rubikon volební kampaně 2006. *Neviditelný pes* [online]. 2006 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://neviditelnypes.lidovky.cz/analyza-rubikon-volebni-kampane-2006-dtf-/p_politika.aspx?c=A060613_112624_p_politika_wag

General information. *International Social Survey Programme* [online]. 2010 [cit. 2016-01-27]. Dostupné z: http://www.issp.org/

KASÍK, Pavel. Za úspěch Schwarzenberga mohou sociální sítě. Karla je plný Facebook. *IDNES.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z:

http://technet.idnes.cz/internet-volby-prezidenta-d03-/sw_internet.aspx?c=A130112_184201_sw_internet_pka

KOPECKÝ, Josef. Věci veřejné přikryly dům reklamou. Lidí, kteří tam bydlí, se nikdo neptal. *IDNES.cz* [online]. 2010 [cit. 2016-03-06]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/veci-verejne-prikryly-dum-reklamou-lidi-kteri-tam-bydli-se-nikdo-neptal-13w-/domaci.aspx?c=A100426_141011_domaci_kop

KUBNÝ, Adam. Negativní kampaně v ČR: divoký západ reklamy. *Institut politického marketingu* [online]. 2015 [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/negativni-kampane-v-cr

LEBEDA, Tomáš. Hlavní proměnné proporčních volebních systémů. Sociologický časopis. 2001, roč. 37, čís. 4, s. 437 [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://sreview.soc.cas.cz/uploads/f213451ab2ebbfd43a47e9a357052f59876adc77_140_425LEBEDA.pdf

LINEK, Lukáš. Vliv volební účasti na zisky politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny. *Acta Politologica*[online]. Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze, Katedra politologie Institutu politologických studií, 2012,**4**(No. 1): 1-17 [cit. 2015-12-02]. ISSN 1803–8220. Dostupné z: http://acpo.vedeckecasopisy.cz/publicFiles/00149.pdf

MÁNERT, Oldřich. Média ovládl Zeman s negativní kampaní, Facebook zase Schwarzenberg. *IDNES.cz* [online]. 2013 [cit. 2016-01-14]. Dostupné z: http://zpravy.idnes.cz/prezidenstke-volby-a-pruzkum-online-medii-a-socialnich-siti-plz-/domaci.aspx?c=A130121_171910_domaci_ert

MATUŠKOVÁ, Anna. Politika a komunikace. NGUYEN, Linh (ed.). *Efektivní politická komunikace* [online]. Praha: Evropské hodnoty o.s., 2009, s. 7-12 [cit. 2016-01-14]. ISBN 978-80-904158-3-6. Dostupné z: http://www.evropskehodnoty.cz/wp-content/uploads/2013/03/EH_Efektivni_politicka_09.pdf

Novým děkanem FMV bude doc. Ing. Josef Taušer, Ph.D. *Vysoká škola ekonomická v Praze: Fakulta mezinárodních vztahů* [online]. 2015 [cit. 2016-03-24]. Dostupné z: http://fmv.vse.cz/novym-dekanem-fmv-bude-doc-ing-josef-tauser-ph-d/

O volební účasti aneb Proč (ne)chodíme k volbám. *Hospodářské noviny: www.ihned.cz* [online]. 2014 [cit. 2015-12-07]. Dostupné z: http://mazak.blog.ihned.cz/c1-61774220-o-volebni-ucasti-aneb-proc-ne-chodime-k-volbam

Občanské aktivity. *Ministerstvo vnitra České republiky* [online]. 2015 [cit. 2015-12-29]. Dostupné z: http://www.mvcr.cz/clanek/obcanske-aktivity-118893.aspx?q=Y2hudW09Mg%3d%3d

Organizace a průběh voleb do PS. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-18]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=300

Pojem habituální. *SCS.ABZ.CZ: Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/habitualni

Pojem valence. *SCS.ABZ.CZ: Slovník cizích slov* [online]. [cit. 2015-11-21]. Dostupné z: http://slovnik-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/valence

Politická komunikace. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2016-01-12]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/politicka-komunikace

Politické účinky volebních systémů - I. FUNKCE VOLEB. *Juristic* [online]. 2001 [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: http://ustavni2.juristic.cz/77573/clanek/ustava2.html

Poměrné volební systémy. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/pomerne-volebni-systemy

Povaha kandidátní listiny. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=306

Proč participovat. *Participativní metody: Práce s veřejností* [online]. 2014 [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: http://www.participativnimetody.cz/proc-participovat.html

ROUSOVÁ, Jindřiška. *Příčiny nízké občanské a politické participace dětí a mládeže v ČR* [online]. Praha, 2012 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z:

https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/105413/. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Vedoucí práce Prof. PhDr. Potůček Martin, CSc., MSc.

SÁL, Karel. Jak zvýšit volební účast v České republice? I. *E-politics.cz* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://e-politics.cz/jak-zvysit-volebni-ucast-v-ceske-republice-i/

Teorie racionální volby. *Institut politického marketingu* [online]. 2013 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://politickymarketing.com/slovnik/teorie-racionalni-volby

Úroveň vzdělání obyvatelstva podle výsledků sčítání lidu. Praha: Český statistický úřad, 2014. Dostupné také z: https://www.czso.cz/documents/10180/20536250/17023214.pdf/7545a15a-8565-458b-b4e3-e8bf43255b12?version=1.1

Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25.10. – 26.10.2013. *Volby.cz*[online]. 2013 [cit. 2015-11-26]. Dostupné z: http://www.volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ

Volební klauzule. *Poslanecká sněmovna Parlamentu České republiky* [online]. [cit. 2015-11-19]. Dostupné z: http://www.psp.cz/sqw/hp.sqw?k=304

Výsledky voleb a referend. *VOLBY.CZ* [online]. 2015 [cit. 2016-03-02]. Dostupné z: http://volby.cz/

Web 2.0. *WhatIs.com* [online]. 2015 [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: http://whatis.techtarget.com/definition/Web-20-or-Web-2

What Is Mass Media?: Definition, Types, Influence & Examples. *Study.com* [online]. [cit. 2016-01-13]. Dostupné z: http://study.com/academy/lesson/what-is-mass-media-definition-types-influence-examples.html

Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Politická informovanost a participace studentů Fakulty mezinárodních vztahů na VŠE v Praze

Data jsou sbírána k diplomové práci. Předem děkuji za Váš čas a vyplnění dotazníku.

1. Jste
- Žena
- Muž

2. Kolik obyvatel má město, kde jste studovali střední školu?
- 0 – 10 000
- 10 001 – 50 000
- 50 001 – 100 000
- více než 100 001

3. V současné době studujete
- Bakalářské studium
- Magisterské studium

4. Jaký obor na FMV studujete?
- Mezinárodní obchod
- Cestovní ruch
- Politologie
- Diplomacie
- Podnikání a právo
- Evropská integrace

5. Zúčastnili jste se v minulém roce voleb do Akademického senátu VŠE?
- Ano
- Ne

6. Znáte nějakého člena zastupujícího FMV v Akademickém senátu VŠE?
- Ano - koho
- Ne

7. Jak se jmenuje současný děkan FMV?
- Štěpán Müller
- Josef Taušer
- Pavel Hnát
- Nevím

8. Vyjádřete, jak se v současné době zajímáte o politické dění v České republice.

- Velmi se zajímám
- Spíše se zajímám
- Spíše se nezajímám
- Vůbec se nezajímám

9. Jak se jmenuje současný premiér?

- Miloš Zeman
- Bohuslav Sobotka
- Miroslav Kalousek
- Andrej Babiš
- Nevím

10. Kdy proběhly poslední volby do Poslanecké sněmovny?

- Podzim 2012
- Podzim 2013
- Podzim 2014
- Podzim 2015
- Nevím

11. Jaká je volební klauzule (minimální počet hlasů potřebný k zastoupení strany v Poslanecké sněmovně)?

- 3 %
- 4 %
- 5 %
- 7 %
- Nevím

12. Zúčastnili jste se v minulosti nějaké z níže uvedených forem politické participace?

- Podpis petice
- Účast v referendu
- Členství v politické straně
- Účast na demonstraci
- Členství v občanském sdružení/spolek
- Kontaktování voleného zástupce
- Účast na diskuzních fórech
- Účast na politické schůzi
- Žádná z výše uvedených
- Jiné

13. Chodíte k volbám do Poslanecké sněmovny?
- Vždy
- Většinou ano
- Někdy
- Nechodím

14. Co Vám před volbami nejvíce pomáhá ve volebním rozhodnutí?
- Volební kampaně
- Rodina
- Kamarádi/známí/kolegové
- Reputace strany
- Volební programy stran
- Průběžně sleduji politiku
- Nesleduji nic
- Jiné

15. Který z uvedených faktorů má největší vliv na formování Vašich politických preferencí?
- Volební kampaně
- Rodina
- Kamarádi/známí/kolegové
- Média
- Reputace strany
- Volební programy stran
- Průběžně sleduji politiku
- Nesleduji nic
- Jiné

16. Jak často máte pocit, že je politika tak složitá, až se v ní přestáváte orientovat?
- Velmi často
- Většinou
- Občas
- Nikdy

17. Myslíte si, že je Vaše informovanost o politice dostatečná pro kompetentní rozhodování?
- Ano
- Ne