

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ



Damián Koch

**KOMPARACE PRAŽSKÝCH POLITICKÝCH KAMPANÍ
DO KOMUNÁLNÍCH VOLEB OČIMA JEJICH PARTICIPANTŮ**

Bakalářská práce

Vedoucí práce: PhDr. Ivan Rynda

Praha 2023

Prohlášení autora

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 13. 1. 2023

.....

Damián Koch

Poděkování:

Rád bych touto cestou poděkoval především vedoucímu mé bakalářské práce PhDr. Ivanu Ryndovi za ochotu, trpělivost, velmi aktivní a rychlou komunikaci a poskytnutí užitečných rad a připomínek. Také chci poděkovat mé mamince, švagrovi a FHS UK Memes za podporu v mém studiu. Na závěr děkuji i mé Dorotce za to, že proces psaní mé práce přežila ve zdraví.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá volební kampaní do komunálních voleb v Praze z pohledu lidí, kteří se jí aktivně účastní. Teoretická část se zaměřuje na fenomény dobrovolnictví (ze sociologického hlediska), politické participace, motivace dobrovolníků i občanského angažování; dále na vysvětlení kontextu pražské komunální politiky a kandidujících politických subjektů. Výzkumná část si klade za cíl zjistit, jak lidé, kteří se volební kampaně účastní, ale sami na žádné posty nekandidují, popisují svůj názor na kampaně, resp. aktivity politických subjektů, pro které pracují, tj. poznat kampaně „zevnitř“ a také pochopit, co vede lidi k aktivnímu zájmu o politiku (příp. co je od zájmu o politické dění odrazuje).

ABSTRACT

This bachelor thesis deals with the election campaign for the local elections in Prague from the perspective of people who actively participate in it. The theoretical part focuses on the issues of volunteering (from a sociological point of view), political participation, motivation of volunteers and civic engagement; it also explains the context of Prague municipal politics and the political entities running for office. The research part aims to find out how people who participate in election campaigns but do not run for any positions themselves describe their opinions on campaigns in general and, more specifically, on activities of political entities they work for, i.e. to explore campaigns from the inside and also to understand why people start being really interested in politics (or what makes them become discouraged to follow it).

KLÍČOVÁ SLOVA

dobrovolnictví, kampaň, politika, Praha

KEYWORDS

volunteering, campaign, politics, Prague

Obsah

1	Úvod	7
2	Teoretická část.....	8
2.1	Teoretická východiska	8
2.2	Vymezení pojmů.....	11
2.2.1	„Participant“	11
2.2.2	„Politický subjekt“	12
2.3	Dobrovolnictví a (politická) participace	12
2.3.1	Historie dobrovolnictví.....	12
2.3.2	Politické dobrovolnictví a participace	13
2.3.3	Občanská společnost	15
2.4	Politické subjekty a volby	16
2.4.1	Typy politických subjektů v Praze	16
2.4.2	Specifika voleb v hlavním městě.....	17
2.4.3	Formy politické kampaně	18
2.5	Specifická pozice výzkumníka	19
3	Metodická část.....	22
3.1	Cíl výzkumu a výzkumné otázky.....	22
3.2	Výzkumná strategie a technika sběru dat	23
3.3	Prostředí výzkumu	26
3.4	Výběr vzorku a jeho kritéria	26
3.5	Analytické postupy	29
3.6	Etické otázky výzkumu.....	29
4	Analytická část	31
4.1	Co předchází participaci	31
4.1.1	Rodinné prostředí	31
4.1.2	Studijní prostředí	33

4.1.3 První impulsy.....	35
4.2 Cíle činnosti participantů.....	37
4.3 Vize do budoucna	39
4.4 Názor na politické subjekty, ztotožnění se s ním.....	39
4.4.1 Osobní propagace	43
4.5 Význam volebního programu	45
4.6 Vyjádření ke kampani.....	47
4.7 Druhé kolo rozhovorů.....	47
5 Diskuse	50
6 Závěr.....	56
Literatura	58

1 Úvod

Již v minulém století bylo možné i ve vyspělých demokraciích pozorovat pokles zájmu o politiku, provázený někde růstem občanské (primárně ne-politické) společnosti. V zemích bývalého východního bloku, a tedy i u nás, je situace trochu odlišná.

Po pádu komunismu bylo možné pozorovat velké vzednutí zájmu o věci veřejné. (Tošner & Sozanská, 2006) Také v ČR se po roce 1989 (resp. zpočátku v ČSR) mnoho aktivních lidí začalo zapojovat nejen do politického dění, ale také do profesních i společenských aktivit, které bylo možné najednou vykonávat svobodně. Postupně tato vlna zájmu trochu poklesla. Mezitím ale nastoupila další generace, v níž vyrostlo mnoho lidí, kterým společenské dění není lhostejné a angažování se ve veřejném prostoru považují za samozřejmost, nebo přímo za svou občanskou povinnost. Právě tato generace má mezi lidmi, participujícími na volebních kampaních, největší zastoupení. Občané participující na volební kampani představují zajímavý fenomén, který stojí za pozornost.

Tématem předkládané bakalářské práce jsou názory a motivace osob participujících na politické kampani do pražských komunálních voleb na podzim 2022. Jedná se o lidi, kteří s kampaní pomáhají, ale sami na žádné posty nekandidují, a to z řad příznivců tří zvolených politických subjektů: PRAHY SOBĚ (dále jen PS), Pirátů a koalice SPOLU (tvořenou stranami ODS, TOP 09 a KDU-ČSL, dále jen SPOLU).

Teoretická část představuje koncepty dobrovolnictví, kampaně, motivace, občanské společnosti a kontext kampaně do pražských komunálních voleb 2022.

Cílem výzkumné části práce je zjistit subjektivní pohled samotných participantů na kampaň jako takovou, na subjekty, které tito osobně podporovali, a také rozšířit a prohloubit znalosti o motivacích participantů k zapojení do kampaně. Dále se práce zaměřuje na to, zda se participantů a jejich výpovědi napříč subjekty v něčem liší, případně zda mají naopak něco společného (poznání kampaně „zevnitř“). Metodické kapitoly popisují cíle výzkumu a výzkumných otázek, výzkumné strategie a techniky sběru dat, výběru vzorku a prostředí výzkumu, kritérií výběru, popisu analytických postupů a etických otázek výzkumu. Analytická část se pak věnuje zodpovězení výzkumných otázek. Vše uzavírá závěrečná diskuse.

2 Teoretická část

2.1 Teoretická východiska

Zapojení do politické kampaně souvisí s několika důležitými koncepty. Jako východisko pro teoretické ukotvení této práce jsem použil sociálně-konstruktivistický model, popsany v knize *Sociální konstrukce reality* od Bergera a Luckmanna (1999, v orig. 1964). I když se jedná o více než padesát let staré dílo, lze jej považovat za stále aktuální paradigma sociálně vědního bádání, neboť z něj mnozí soudobí teoretici a analytici vychází a navazují na něj.

Podle Bergera s Luckmannem (1999) je realita vytvářena sociálně. V úvodu knihy se píše: „*Pro náš účel postačí definovat ‚realitu‘ jako vlastnost náležející jevům, kterým přisuzujeme existenci nezávislou na naší vlastní vůli (tyto jevy nepřestanou existovat, i kdybychom si to sebevíc přáli), a definovat ‚vědění‘ jako [subjektivní] jistotu, že tyto jevy jsou skutečné a jsou nositeli určitých vlastností*“ (Berger a Luckmann, 1999, s. 9). Na s. 63 se dále uvádí: „*Společnost je výtvozem člověka. Společnost je objektivní realitou. Člověk je výtvozem společnosti*“.

Realitu podle tohoto modelu tedy chápu jako konstruovanou. Sice neustále rekonstruovanou každodenními interakcemi, v naprosté většině však jako pevnou a zpravidla netvárnou. Politické volby v tomto smyslu považuji za zvláštní anomálii, kdy svým hlasem člověk přispívá k tomu, že se realita zdá tvárnější.

Pro účely této práce považuji za užitečné jmenovat Pierra Bourdieu, který tvrdí, že část společnosti moc uplatňuje na základě nerovného přístupu ke kapitálu, u kterého pak rozpoznává čtyři druhy: kulturní, sociální, ekonomický a symbolický (Bourdieu, 1986).

Bourdieuho teorie kapitálů je pro můj výzkum důležitá především proto, že motivace participantů může být ovlivňována tím, jakou roli v jejím utváření různé kapitály hrají. Především se zaměřuji na roli symbolického kapitálu, v tomto případě politické moci. Politik vlastní určitý symbolický kapitál tím, že disponuje mocí, která je mu dána zvolením (v tomto případě bychom mohli symbolický kapitál vnímat jako blízký pojmem „uznání“ nebo

„prestíž“). Participant kampaně, který pomáhá danému politikovi být zvolen, se tak může na tomto procesu podílet, a něco tak získat – například sociální konexe (zvýšení sociálního kapitálu), které mu mohou zajistit další způsoby proměny obrazu reality.

Bourdieu také pracuje s termínem habitus, kterým myslí „*subjektivní, nikoliv však individuální systém internalizovaných struktur a schémat vnímání, pojetí a jednání, které jsou společné všem členům téže skupiny nebo třídy.*“ (Bourdieu, 1977, s. 86) Habitus samotný koresponduje s vlastnictvím uvedených kapitálů, a v jeho rámci se (pomocí jeho institucí) reprodukuje stav společnosti, který favorizuje určité jedince nebo skupiny. Subjekty podporují, posilují, a nakonec reprodukují samotný habitus tím, že se hlásí k jeho dominantním idejím a sociokulturním způsobům bytí a snaží se je prosazovat. (Bourdieu, 1977)

Dalším faktorem ovlivňujícím motivaci může být závazanost někomu, viz teorie o daru, jak o ní píše Jan Keller v Sociologické encyklopedii: „*Dar může posilovat pouta solidarity mezi darujícími a obdarovaným, může signalizovat druhé straně přátelské úmysly, zároveň však také druhou stranu zavazuje, a může dokonce sloužit jako nástroj ustavování a potvrzování vztahů nadřízenosti a podřízenosti.*“ (Keller, 2017) Čas, případně další prostředky, které participanti politickým subjektům věnují, tak mohou být formou daru s motivací si daný subjekt nějakým způsobem zavázat.

Při zkoumání motivace k dobrovolné participaci nelze nezmínit i teorii altruismu. Adam Smith v prvním odstavci své knihy *Theory of Moral Sentiments* píše, že lidé mají i jiné motivy pro své jednání než jen ty sobecké. Například že často své vlastní pocity smutku zažívají kvůli smutku ostatních. Uvádí, že tyto pocity zažívá i ten největší narušitel společenských zákonů, nejsou tedy exkluzivní pouze konkrétní skupině altruistů. Altruismus je tedy něco, co je vlastní všem lidem.

Na to navazuje koncept Jamese Andreoniho, který mluví o existenci tzv. „hřejivého pocitu“ (orig. „warm glow“), který plyne z vlastní hrdosti na to, že člověk vykoná nějaký altruistický čin. Andreoni tvrdí, že altruistické činy motivované tímto „hřejivým pocitem“ jsou „nečisté“, protože nejsou motivované čistě touhou docílit jakéhosi většího blaha (u příjemce daného altruistického činu). (Andreoni, 1990) U participantů jde o to, zda prací

v kampani usilují (byť nevědomky) spíše uspokojení sebe samých či docílení blaha pro společnost.

Předkládaná práce si neklade za cíl být podrobnou psychologickou studií pojmu *motivace* a jeho vlivu na participanty kampaně, případně voliče, přesto je třeba alespoň krátce popsat, co myslím motivací pro účely této práce.

Pavol Frič ve své knize *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice* rozděluje motivaci k dobrovolnictví na tři kategorie:

- **Konvenční motivace:** *„O konvenční motivaci mluvíme v případě, že dobrovolníka vedly k dobrovolné práci buď morální normy nejbližšího okolí nebo obecná neformální společenská pravidla chování, nejčastěji obojí. [...] v širším slova smyslu se tato motivace opírá buď o principy křesťanské morálky či o představy o správném způsobu života.“* (Frič, 2001, s. 67)
- **Reciproční motivace:** *„Recipročně motivovaní dobrovolníci chápou svoji práci jako organické spojení dobra pro jiné a vlastního prospěchu. Typický je pro ně zájem o získávání nových zkušeností, navazování nových vztahů, snaha uplatnit svoje schopnosti a udržovat se prostřednictvím dobrovolné práce v kondici.“* (Frič, 2001, s. 68)
- **Nerozvinutá motivace:** *„Tato motivace se omezuje na soubor prvků, které vytvářejí základní prostor pro rozhodování dobrovolníků, jako je důvěra v organizaci, pro kterou by měli pracovat, přesvědčení o smysluplnosti dobrovolné práce v konkrétním případě a pocit, že prostřednictvím dobrovolnictví je možné se podílet na šíření dobré myšlenky.“* (Frič, 2001, s. 68)

Kromě motivace participantů se angažovat pracuji s tímto pojmem také v kontextu *motivace ke změně chování*. Určitým způsobem participantí (a samozřejmě i kandidátí) využívají různé strategie, jak motivovat ke změně chování občany, které v kampani oslovují (ve smyslu udělat z nevoličů voliče, z voliče jiných subjektů voliče „svého“ subjektu apod.).

Tato změna není tedy pouze změnou (pozorovatelného) vnějšího chování, ale i vnitřních procesů, které nejsou navenek zřejmé (změna hodnot, vnímání vlastních schopností). (Soukup, 2020)

2.2 Vymezení pojmů

Pro účely této práce je třeba popsat některé konkrétní pojmy, které často v textu používám.

2.2.1 „Participant“

Do volební kampaně na Magistrát hl. m. Prahy (dále jen magistrát) a pražských městských částí se zapojují stovky lidí, z nichž podstatnou část tvoří samotní kandidáti politických stran, ať už to jsou nominanti stran či nezávislí. Praha má 57 městských částí a ve všech těchto částech byla v roce 2022 podána alespoň jedna kandidátní listina. Hovoříme tedy o 1 184 mandátech po celé Praze, o které každé komunální volby bojuje několik tisíc kandidátů.

Existují výzkumy zaměřené na politické kandidáty, případně samotné politiky, ať už to jsou diplomové práce jako např. *Jiný přístup k politice nebo mocenské bariéry? Příčiny nepřímé úměry mezi procentním zastoupením političek a mocenským významem politické funkce* (Jansová, 2015) nebo různé projekty jako např. *Názory politiků*.¹ V této práci jsem se však rozhodl věnovat lidem, kteří se sice kampaní aktivně účastní, ale sami nekandidují.

U kandidátů lze předpokládat, že chtějí dělat něco pro to, aby ve volbách byli zvoleni. Proč se ale do kampaně zapojují ti, kteří takový cíl nemají? To je jednou z výzkumných otázek předkládané práce. Pro účely této práce hovořím o těchto lidech jako o *participantech*. *Participantem* nazývám člověka, který se kampaně jakoukoliv formou účastní, ale sám (v těchto volbách) nekandiduje.

¹ Viz nazorypolitiku.cz

2.2.2 „Politický subjekt“

Kandidátní listinu mohou v komunálních volbách podat různé typy politických subjektů. Podrobněji se kontextu různých subjektů věnuji v kapitole 2.4.1, zde pouze uvádím, co pro účely této práce rozumím pojmem politický subjekt: je to buď politická strana (resp. politické hnutí, které řadím v kapitole 2.4.1 do jedné kategorie s politickou stranou), koalice politických stran nebo hnutí, případně sdružení nezávislých kandidátů.

2.3 Dobrovolnictví a (politická) participace

2.3.1 Historie dobrovolnictví

Ačkoliv mezi pojmem *participant*, který jsem definoval v předchozí kapitole, a slovem *dobrovolník* nelze postavit rovnítko, přesto se téma dobrovolnictví mého výzkumu úzce dotýká. Tošner a Sozanská (2006, s. 23) charakterizují dobrovolníka jako „*člověka, který bez nároku na finanční odměnu poskytuje svůj čas, energii a dovednosti ve prospěch ostatních lidí či společnosti.*“ Co se týče dobrovolnictví v rámci politické angažovanosti, máme v naší historii mnoho pozitivních příkladů. K prvnímu propojování občanských dobrovolnických spolků s politickými stranami docházelo hojně např. už za první republiky. (Cuhra et al., 2006) Proměna uvažování o dobrovolnictví nastala po komunistickém převratu v roce 1948, kdy začala být činnost dobrovolných a zájmových spolků systematicky potírána. „*Činnost všech forem nezávislých organizací byla cílevědomě a systematicky redukována nebo zcela podřízena politickému vedení státu a komunistické straně a podléhala přísné kontrole. Všechny organizace musely být sdruženy v tzv. Národní frontě. Ty, které zůstaly nezávislé, byly státem pronásledovány a likvidovány.*“ (Tošner & Sozanská, 2006, s. 19)

Po roce 1989 nastal ve vývoji dobrovolnictví obrat, státní procesy se demokratizovaly a pro vznik různých dobrovolnických spolků začaly vznikat příznivější podmínky. V devadesátých letech vznikl bezpočet dobrovolnických organizací v mnoha zájmových oblastech. (Tošner & Sozanská, 2006, s. 20)

V posledních letech dobrovolnictví v politice (ruku v ruce s přímou participací ve volebním klání), ale i dalších oblastech, nabírá „druhý dech“. Pozorujeme poměrně masivní vzestup dobrovolnických aktivit: masové demonstrace v roce 2019, vlna dobrovolnického šití roušek při pandemii v roce 2020 či pomoc ukrajinským uprchlíkům v roce 2022. Kromě toho například stoupá počet členů Junáka – českého skauta (jen za poslední 4 roky stoupl dle webu skaut.cz počet členů o 13 tisíc (Junák – český skaut, z. s., ©2022) i dalších organizací, jejichž činnost je – částečně či zcela – dobrovolnická. Na tento vzestup dobrovolnictví reagují i veřejné instituce, Ministerstvo vnitra například vydáním Metodiky realizace a podpory dobrovolnických center v ČR. (MVČR ©2022)

2.3.2 Politické dobrovolnictví a participace

Jak jsem již naznačil, ve své práci se zabývám souvislostmi mezi politickým a občanským angažováním. Mnohé diplomové (i jiné akademické) práce se zabývají občanskou aktivitou v jiných oblastech (například v sociální práci nebo zájmových organizacích). Z prací, které se věnují přímo politické participaci nebo tématu dobrovolnictví / aktivity občanů přímo v politice, je třeba zmínit např. článek Kateřiny Vráblíkové *Politická participace a její determinanty* uveřejněném v Sociologickém časopise, kde se uvádí: „*Jak tvrdí Verba, Schlozman a Brady [Verba, Schlozman, Brady 1995: 1], ‚participace občanů leží v srdci demokracie‘ a fungování ‚demokracie bez možnosti občanů svobodně participovat na vládních rozhodnutích je nemožné.‘ Politická participace je popisována jako ‚zdroj životní síly‘ (lifeblood) reprezentativní demokracie [Norris 2002: 5], jelikož skrze ni občané vyjadřují své požadavky, rozhodují, kdo bude zastávat veřejné úřady, a ovlivňují politická rozhodnutí.*“ (Vráblíková, 2009) Uvedená studie vychází z konceptu politické participace od Teorella, Torcala a Montera a dále také Rosenstona s Hansenem, kteří ji definují jako „*aktivitu obyčejného občana / občanky zaměřenou na ovlivnění politických výstupů: distribuci sociálních statků a norem*“. (Teorell, Torcal, Montero, Rosenstone, Hansen in Vráblíková, 2009) Tato definice opomíjí některé momenty, které pro svůj výzkum považují za relevantní. Do politické participace nezahrnuje aktivitu, která není přímo zaměřená na ovlivnění politických výstupů, jako je např. diskuse o politice s přáteli. Proto bych definici politické participace pro účely této práce upravil na *aktivitu obyčejného občana / občanky, která přímo či nepřímo vede k ovlivnění politických výstupů: distribuci sociálních statků a norem.*

Definice politického dobrovolníka není zásadně odlišná od výše popsané teorie dobrovolníka jako takového, ale pro účely této práce bych ji mírně upravil: *Politický dobrovolník je člověk, který bez nároku na finanční odměnu poskytuje svůj čas, energii a dovednosti ve prospěch určitého politického subjektu dle svého výběru.* Dobrovolné angažmá umožňuje v ČR prakticky každý politický subjekt (zcela nepochybně ty tři, kterým se v práci věnuji), a byť se náplň práce dobrovolníků u jednotlivých subjektů může mírně lišit, neliší se důvody, pro které subjekty o dobrovolníky stojí (např. touha po dosažení vysokého volebního výsledku). Po primární volbě člověka pro dobrovolnictví v politických aktivitách ho čeká ještě sekundární volba: volba samotného politického subjektu.

Andrew Heywood ve své knize *Politics* klade otázku, jestli je vůbec politická participace správná a zda bychom se měli snažit o její podporu a rozšiřování.

Uvádí několik pro-argumentů:

- Občan, který se přímo podílí na politickém rozhodování, rozšiřuje své sociální, morální i politické povědomí a lépe rozumí tomu, jak společnost funguje. (Heywood, 2013, s. 446)²
- Participace pomáhá nezapomínat na jeden ze smyslů politiky, a to pomoc obyčejným občanům. V demokraciích s nízkou participací politici přestávají brát ohled na názory veřejnosti. (Heywood, 2013, s. 446)
- Pokud se politická rozhodnutí dějí na základě širší shody, namísto rozhodnutí jen několika jedinců, lidé lépe chápou společenskou sounáležitost, resp. že v životě nejde pouze o ně a jejich vlastní život. (Heywood, 2013, s. 446)

Naproti tomu uvádí Heywood i proti-argumenty:

² Toto „morální i politické“ povědomí by v tomto kontextu šlo také nazvat jako „kulturní kapitál“. (Bourdieu, 1986)

- Společnost s vysokou mírou participace se může stát společností politických fanatiků. Pokud je společnost pasivnější, zvyšuje to pravděpodobnost, že se lidé snáze „spokojí“ s politickými rozhodnutími, se kterými nesouhlasí, nebo která jsou v konfliktu s jejich vlastními zájmy (což je zásadní pro každý stabilní a na míru založený politický systém). (Heywood, 2013, s. 446)
- Nízká míra participace nutí politiky, aby dělali rozhodnutí, která budou v nejvyšší míře v souladu s tím, co chce široká veřejnost, jelikož (podle teoretika Schumpetera) esencí demokracie není široká participace, ale boj o vedoucí pozice a získání vlivu. Politici tak primárně soutěží mezi sebou, aby byli u lidu úspěšní. (Heywood, 2013, s. 446)
- Lidé mají plné právo se nijak neangažovat. Neparticipace nebo neúčast u voleb může být výsledkem racionálního uvažování, že lidé mají lepší věci na práci než se angažovat ve veřejném životě. (Heywood, 2013, s. 446)

2.3.3 Občanská společnost

Marek Skovajsa v knize *Občanský sektor* píše: „*Dosavadní vývoj užívání termínu občanská společnost ukazuje, že jde o podobný případ jako u pojmů demokracie či kultura, které britský filozof W. B. Gallie označil za složité, a tedy ze své podstaty sporné.*“ (Skovajsa, 2010, s. 64) „*Termín občanská společnost se ve svém současném významu používá přibližně od druhé poloviny 18. století.*“ (Skovajsa, 2010, s. 64) Do té doby se termínem *občanská společnost* označoval pojem, který bychom dnes nazvali stát. Základní liberální myšlenku nezadatelných přirozených práv formuloval anglický filosof John Locke na konci 17. století. Jeho myšlenky se brzy staly základem nového chápání občanské společnosti. (Skovajsa, 2010) „*Občanská společnost nejen poskytuje prostor pro obhajobu individuálních a skupinových soukromých zájmů, ale také se podílí na kontrole politické moci jako součást veřejné sféry.*“ (Skovajsa, 2010, s. 79)

Pro účely této práce jsem zvolil stručnou definici, kterou ve své studii *Občanský sektor v ohrožení?* předkládá Pavol Frič: „*Občanskou společnost tedy tvoří občané, kteří se dobrovolně podílejí na spravování věcí veřejných. Mohou tak činit mnoha způsoby a jedním*

z nich je angažovanost v občanských organizacích. Občanské organizace jsou formálně ustavené, soukromé organizace občanů, kteří se v nich sdružují na principech vzájemné důvěry a solidarity a dobrovolně se angažují v otevřeném nastolování a řešení otázek veřejného života.“ (Frič, 2017, s. 1)

2.4 Politické subjekty a volby

2.4.1 Typy politických subjektů v Praze

Jak již bylo zmíněno v úvodu, v pražských komunálních volbách v roce 2022 kandidovalo vícero subjektů. I když podle zákona³ český právní rámec v podstatě nerozlišuje mezi kandidujícími politickými stranami, koalicemi a lokálními uskupeními, přesto se chci pozastavit nad formami jednotlivých subjektů, které v Praze v roce 2022 kandidovaly.

Nejčastěji se jednalo o **politické strany**⁴. Strany jsou v našem prostředí liberální demokracie již obvyklou součástí politiky. Umožňují občanům se sdružovat, získávat státní příspěvky, kandidovat ve volbách a podílet se tak na ovlivňování věcí veřejných. Ve volbách na magistrát v roce 2022 v Praze se podařilo získat mandáty celkem čtyřem politickým stranám, z nichž se v této práci budu zaměřovat na Piráty (celým názvem *Česká pirátská strana*).

Dalším typem subjektu je **(předvolební) koalice**. Z hlediska podání kandidátní listiny ani praktických úkonů spojených se samotnou volbou z pohledu voliče mezi stranou a koalicí není žádný rozdíl. Předvolební koalice může ale mít vliv na chování voliče, který chce podpořit např. jen jednu stranu z koalice, jeho případné křížkování na volebním lístku však má stejnou váhu jako křížkování na kandidátce politické strany. V komunálních volbách v roce 2022 v Praze kandidovaly pouze dvě koalice, a to koalice SPOLU a Solidarita. Ve volbách na magistrát se podařilo získat mandáty pouze koalici SPOLU.

³ Viz. Zákon o sdružování v politických stranách a v politických hnutích č. 424/1991 Sb.

⁴ Pro zjednodušení budu v této práci používat pojem politická strana i pro politická hnutí. Primárně proto, že mezi těmito pojmy nejsou reálné rozdíly jak z pohledu legislativy, tak z pohledu jiného teoretického rámce. Viz. Zákon o sdružování v politických stranách a v politických hnutích č. 424/1991 Sb.

Poslední subjektem je **sdružení nezávislých kandidátů**. Pokud chtějí občané kandidovat ve volbách, aniž by byli členy nějaké politické strany či hnutí, mohou se domluvit a vytvořit vlastní kandidátní listinu nezávislých kandidátů. Aby ji mohli podat, mají ze zákona povinnost nasbírat podpisy 7 % občanů dané obce. Podpisem občan dává najevo souhlas s účastí subjektu ve volebním klání (nijak se tím nezavazuje, že ho nakonec bude volit). Od okamžiku podání kandidátní listiny na úřad už se však ke sdružení nezávislých kandidátů přistupuje stejně, jako je tomu v případě stran nebo koalic.

2.4.2 Specifika voleb v hlavním městě

Komunální volby se odehrávají téměř ve všech obcích ČR. Praha je ovšem výjimečná tím, že není pouze obcí, ale zároveň také krajem. Volby na pražský magistrát, které jsou de facto krajské, probíhají zároveň s komunálními volbami do městských částí.

Dalším specifikem Prahy je vzdělanost voličů. V Praze je přes 33 % vysokoškolsky vzdělaných lidí nad 15 let (ČSÚ, online, 2022), což je velmi vysoko nad celorepublikovým průměrem (17 %). Výjimečná je v Praze také volební účast, která je od počátku nového tisíciletí vždy nadprůměrná (5-10 % nad celorepublikovým průměrem). (volby.cz ©2022)

Jak bylo řečeno výše, v této práci se zabývám politickými subjekty SPOLU, Piráti a PRAHA SOBĚ. Proto nyní uvádím ještě několik informací k jejich pražskému kontextu (týkajícího se komunálních voleb 2022 v Praze):

Koalici **SPOLU** uzavřely před komunálními volbami pražské buňky stran ODS, TOP 09 a KDU-ČSL. Jedná se o – v pražském kontextu – poměrně zajímavé spojení, neboť v předvolební koalici se spojili jak členové tehdejší opozice, tak vlády. (Je to v kontrastu například se situací v parlamentních volbách roku 2021, kde se do dvou koalic před volbami spojilo celkem pět stran, všechny však před volbami byly společně v opozici.)

Piráti ve volebním období 2018–2022 měli primátora Zdeňka Hřiba. Osoba pražského primátora je klíčová nejen z důvodů vysokých primátorských pravomocí (Praha má třetí nejvyšší rozpočet ze všech veřejných institucí v ČR), ale také z důvodu mediální exponovanosti. Viditelnost Zdeňka Hřiba jako primátora byla pro Piráty v kampani velmi

užitečná, neboť kompenzovala nižší počet radních (a s tím spojené možnosti chlubit se úspěchy), než měly zbylé dva koaliční subjekty.

PRAHA SOBĚ o čtyři roky dříve, v roce 2018, kandidovala ve volbách na magistrát jako sdružení nezávislých kandidátů, neboť se jí podařilo nasbírat 89 000 podpisů občanů, tj. o více než 7 % obyvatel Prahy. O čtyři roky později se o to pokusila znovu, nicméně nasbírat potřebný počet podpisů se už nepodařilo (získaných 92 000 podpisů nestačilo, protože mezitím stoupl počet obyvatel v metropoli). (prahasobe.cz ©2022) PS nakonec podala kandidátní listinu pod hlavičkou (již v roce 2017 založené) politické strany *Podporujeme občanskou kandidátku PRAHA SOBĚ*, de facto tedy stejně, jako ostatní strany a koalice. Je diskutabilní, zda se jedná o férový postup (především vůči voličům), a zda by nebylo spravedlivější nekandidovat vůbec. Na druhou stranu, že nějaké vznikající sdružení nezávislých kandidátů své podpisy nenasbírá, a nakonec kandiduje jako politická strana, není nijak neobvyklý případ (ke stejné situaci došlo ve stejných volbách také např. u subjektů *Sousedé pro Prahu 14* v hlavním městě nebo *PRO Novou Ves* v Nové Vsi na Moravě). (Gross, Vondra, 2022 – ústní sdělení) Na rozdíl od všech ostatních na magistrát kandidujících a ve volbách úspěšných subjektů je PS jediným lokálním uskupením (nemá celostátní působnost, a tak ani zastoupení v parlamentu).

2.4.3 Formy politické kampaně

Nelze také opomenout důležitý fakt, a to ten, že kampaň se skládá z mnoha složek. Vliv participantů na kampaň a voliče pochopitelně není jediným nástrojem politického marketingu, který v kampani politické subjekty využívají. Kotler (2004, s. 761) definuje politický marketing jako výměnu – kandidát slibuje prosazení určitých změn výměnou za hlasy voličů. Komunikovat své sliby a atraktivitu mohou kandidáti mnoha způsoby, například přes sociální sítě, billboardy, letáky, nebo samozřejmě skrze rozhovory a debaty v médiích.

O síle dobrovolníků v politické kampani pojednává kniha *Groundbreakers* od H. Han a E. McKenny. Jedním z témat, které se hodně řešilo v *Organizing for Action*, neziskové organizaci a komunitním projektu zprostředkující dobrovolnickou kampaň bývalého

prezidenta USA Baracka Obamy v roce 2012, byl rozdíl mezi „organizováním“ a „mobilizováním“. Většina volebních kampaní se soustředí na mobilizování voličů. Obama přišel s tím, že hlavním fokusem kampaně bylo organizování (tj. rozvíjení kapacit jednotlivců a komunit), namísto pouhého přesvědčování voličů různými způsoby. Nakonec se do kampaně zapojilo zhruba 2,2 milionu dobrovolníků. (Han, McKenna, 2015, kap. 4)

Jedním z důvodů, proč je pro politické subjekty přínosné využívat v kampani dobrovolníky, je výrazný vzestup dezinformací – v médiích, na sociálních sítích, ve veřejném prostoru. Živé osoby v ulicích mohou na dezinformace reagovat a voličům svůj postoj vysvětlovat různými autentickými způsoby.

2.5 Specifická pozice výzkumníka

Poměrně klíčové pro podobu této práce je i moje vlastní postavení, které výrazně ovlivňuje celý výzkum. Několik let se velmi aktivně věnuji politice. Tři roky jsem pracoval v Milionu chviliek pro demokracii (dále jen MCH), půl roku jsem byl projektovým manažerem a koordinátorem kontaktní kampaně pro vznikající politické hnutí Lidé PRO (hnutí z roku 2020, které nakonec nekandidovalo a bylo rozpuštěno), v době psaní této práce pracuji jako sekretář magistrátního klubu PRAHA SOBĚ. V roce 2022 jsem byl také na 21. místě magistrátní kandidátní listiny PS. Celou PS a její kandidáty velmi dobře znám, částečně jsem se podílel i na tvorbě volebního programu PS, především jsem však tento subjekt podporoval v kampani jako jeden z nejaktivnějších účastníků.

Dlouhodobě vnímám demokracii jako celek, záleží mi na jejím rozvoji. Snažím se být (myšleno jako „chci věnovat co nejvíce času a prostředků“) na tom místě, kde pro rozvoj demokracie a životů lidí kolem mě mohu udělat nejvíc. Velmi významně mě mj. ovlivnilo mnohaleté členství ve skautu, (nejen) díky kterému jsem se postupně dostal ke koordinaci a motivaci dobrovolníků, brigádníků a dalších skupin lidí, kterým zájem o veřejné záležitosti leží na srdci stejně tak jako mně.

Při hledání tématu bakalářské práce jsem proto rovnou zvolil téma, které mě osobně velmi zajímá. Jako první impuls bych uvedl komunální volby v roce 2018, kdy jsem se

v malé míře angažoval v kampani PS. Tam jsem přišel do kontaktu s desítkami lidí, kteří sami nekandidovali, ale v kampani se velmi zásadně angažovali – někteří desítky, jiní dokonce stovky hodin. Později v Lidé PRO jsem měl na starosti propojování, motivování a koordinování činnosti velkého množství zapojených dobrovolníků. V roce 2021 jsem byl také jeden ze spoluvůrců (ne)politické kampaně MCH do parlamentních voleb. Tato kampaň byla otevřena všem občanům, včetně kandidátů kandidujících stran, ale otevřeně podporovala dvě koalice – SPOLU a Piráti a Starostové. Jak se během kampaně ukázalo, většina kandidátů těchto koalic se raději zapojovala přímo do kampaně koalice, za kterou kandidovali, než aby v kampani MCH podporovala obě koalice najednou. Dobrovolníci zapojení v kampani MCH v drtivé většině nebyli zároveň kandidáty, přesto však minimálně časově věnovali kampani hodně. Myšlenka kampaně pro více než jeden subjekt by jistě stála za další zkoumání, neboť má zřejmě poměrně vysoký potenciál zaujmout dobrovolníky, kteří by se jinak nezapojili. (V interní zpětné vazbě, kterou jsem pro MCH zpracovával, okolo 75 % respondentů uvedlo, že to bylo úplně poprvé, kdy se do nějaké politické kampaně zapojili.)

Než jsem samotné psaní této práce začal, vyjasnil jsem si, že mě – bez jakýchkoliv (vědomých) předsudků – zajímají pohledy lidí, kteří podporují v úvodu popsanou škálu subjektů (PS, Piráti, SPOLU). Tyto jsou spolkem MCH považovány za demokratické – neodkazují na totalitní ideologie, ani nemají parametry politicko-podnikatelského projektu. (Milion chviliek, z. s., online, 2022) I když se nejedná o akademický zdroj, pro účely této práce považuji takovouto definici demokratických subjektů za dostačující. Možné způsoby, které vedou k většímu zapojování lidí v tomto segmentu stran, považuji za přínosné nejen pro výzkumníky, ale i kohokoliv, kdo se tomuto tématu chce věnovat.

Mou pozici a předchozí zkušenosti nepovažuji pro tento výzkum za handicap. Dvořáková, Stöckelová a Ghosh v úvodu knihy *Etnografie: improvizace v teorii a terénní praxi* o pozici výzkumníka píše, že výzkumník by měl být intelektuálně otevřený a měl by se snažit porozumět mnohoznačnosti skutečnosti, nikoli jen potvrzovat či vyvracet jednoznačné hypotézy. Výzkumník by neměl fungovat jako automat nebo záznamník, ale měl by konstruovat a vytvářet vztahy. (Dvořáková, Stöckelová, Ghosh, 2013) Vycházím z výše uvedeného a ještě upřesňuji, že bych si měl být vědom své situovanosti a aktivně ji reflektovat, protože jen skrze její aktivní reflexi se mohu pokusit chápat názory participantů

tak, jak je oni sami zamýšleli. Samozřejmě však má pozice s sebou přináší i určité limity, o kterých budu mluvit v kapitole 3.6.

3 Metodická část

Občanská společnost je jedním z pilířů demokratické společnosti, proto se domnívám, že je dobré občanské dění mapovat a zkoumat. Ve své práci se proto zaměřuji na to, jaké jsou souvislosti občanského angažování s angažováním politickým. Snažím se pochopit, co vede lidi k aktivnímu zájmu o politiku, případně co je od zájmu o politické dění odrazuje.

V této kapitole představuji cíle výzkumu a výzkumné otázky. Dále popisuji, jaké metody výzkumu jsem zvolil, jak jsem sbíral data a následně jak jsem se je rozhodl analyzovat. Zmiňuji se také o souvislostech a okolnostech, které bylo třeba vzít při uchopení výzkumu v úvahu.

3.1 Cíl výzkumu a výzkumné otázky

Výzkum si klade za cíl popsat pohled participantů pražské kampaně do komunálních (vč. magistrátních) voleb 2022 na kampaň jako takovou, na subjekty, které tito osobně podporovali, a také rozšířit a prohloubit znalosti o motivacích participantů k zapojení do kampaně. Dále zjišťuji, zda se participanté a jejich výpovědi napříč subjekty v něčem liší, případně zda mají naopak něco společného. Snažím se tedy poznat kampaně „zevnitř“.

Zvolil jsem participanty z řad příznivců PRAHY SOBĚ, Pirátů a koalice SPOLU.

Kladu si čtyři hlavní výzkumné otázky:

- Co si o kampaních tří – v pražském prostředí významných – politických subjektů, a to PRAHY SOBĚ, pražských Pirátů a pražské koalice SPOLU, myslí participanté (jak ji rozumíme dle kap. 2.2.1)?
- Co si myslí participanté o ideové orientaci či volebních programech těchto subjektů?

- Jsou názory participantů napříč vybranými politickými subjekty podobné, odlišné, čím jsou pro ně „jejich“ subjekty atraktivní?
- Z jakých pohnutek a za jakých podmínek se participanti rozhodli pomáhat ve volební kampani?

3.2 Výzkumná strategie a technika sběru dat

Protože participaci osob nekandidujících ve volební kampani považuji za oblast v českém prostředí v podstatě neprozkoumanou, domnívám se, že pro účely této práce je vhodná metoda kvalitativního výzkumu. Jako nástroj k získání dat mi posloužil polostrukturovaný rozhovor, který jsem s každým participantem vedl. Výhodu rozhovoru spatřuji v tom, že umožňuje pokládat participantům velmi otevřené otázky, na které mohou odpovídat dlouze vlastními slovy, a popsat tak problémy ve velké šíři. Mohu se taktéž doptat na věci, které pro mě nejsou zcela srozumitelné, případně pokládat otázky, které mě v přípravě nenapadly, nebo sondážní otázky, které prohlubují již řečené odpovědi.

Jsem si vědom i nevýhod kvalitativního výzkumu, obzvláště omezeného vzorku a v mém případě ovlivnitelnosti vytváření dat a jejich analýzy, na které má vliv moje situovanost výzkumníka (Hendl, 2005). Co se počtu participantů týká, výzkumný vzorek byl malý, proto nelze počítat s tím, že by výsledky výzkumu byly zobecnitelné (což ale vychází z podstaty kvalitativního výzkumu). Jsem přesvědčen, že výhody kvalitativní strategie převažují její nevýhody, navíc je vždy možné na můj výzkum navázat a ověřovat či vyvracet mnou formulované závěry při zvolení jiné výzkumné strategie.

Velkou inspirací při přípravě rozhovorů mi byla kniha *Chápající rozhovor* (Kaufmann, 2010), která mi pomohla propojovat rozumně teorii s metodickou částí: „*V tradici humanitních a sociálních věd se jako teoretické definuje to, co je abstraktní (spíše v podobě velkolepé konceptuální stavby než v podobě vznikající hypotézy).*“ (Kaufmann, 2010) „*Mills (2008) to označuje jako ‚velkou teorii‘, která zapomněla, že má být pouhým nástrojem v ruce výzkumníka, jehož cílem by nemělo být vytvoření teorie pro teorii, ale objevování,*

schopnost činit za pomoci teorie sociálně pochopitelným.“ (Kaufmann, 2010, s. 30, cit. Podle Mills, 2008)

Před volbami během kampaně bylo uskutečněno 12 rozhovorů s 12 participanty. Se třemi z nich jsem po volbách udělal ještě druhé kolo rozhovorů, o kterých píšu v kapitole 4.7. Aby byl participantům pro rozhovor poskytnut dostatečný prostor a komfortní prostředí, předvolební rozhovory se uskutečnily formou osobních setkání, povolební přes videohovor (viz níže). Každý rozhovor trval zhruba 45–70 minut.

Při výzkumu jsem si dával opravdu velký pozor, abych udržel pozici výzkumníka a nevnášel do rozhovorů vlastní hodnocení. Aby skutečně mé otázky a celková komunikace s participanty byla co nejneutrálnější, nepoužíval jsem „investigativní“ nebo konfliktní otázky, jaké například vidíme často v rozhovorech novinářů s politiky. Zároveň jsem potřeboval nabízet ovzduší důvěry a bezpečí, aby participanti mohli být ve svých odpovědích co nejupřímnější a nedocházelo ke zkreslení výpovědí. Proto jsem na začátku každého rozhovoru participanty upozornil, že výzkum není zaměřen na nějakou objektivní analýzu subjektů, kterým fandí, ale mnohem více na ně samotné a na jejich hodnocení kampaně, subjektů apod.

Během rozhovorů jsem se držel schématu připravených dotazů, které vedly k zodpovězení výzkumných otázek. Byl jsem připraven dělat si poznámky, pokud by některý participant nesouhlasil s nahráváním rozhovoru, to ale ani v jednom případě nenastalo. Díky tomu jsem se mohl naplno věnovat rozhovoru a soustředění na kladení otázek. Často jsme z tématu lehce odbočili směrem, kam nás odpovědi participantů odvedly.

Občas jsem se snažil nacházet porovnání jednotlivých výpovědí, například jsem některým lidem položil otázku „A co byste řekli na argument XY, který mi řekl participant, s nímž jsem dělal rozhovor před vámi?“

Základní otázky, které jsem pokládal všem, se držely následujících témat (otázky nebyly většinou kladeny takto doslovně)⁵:

- Jaká cesta vedla k tomu, že tě takhle může člověk potkat na ulici, jak [rozdáváš letáky pro XY / bavíš se s voliči / *cokoliv jiného, při čem jsem participanta „načapal“*]? V tvé rodině se někdo politicky angažuje, ovlivnilo to nějak tvůj vztah k politice?
- Angažoval/a ses někdy předtím nějak jinak ve veřejném prostoru?
- Zvažoval/a jsi, že se zapojíš do kampaně nějakého jiného subjektu? Co by se muselo stát, abys podobným způsobem, jako teď podporuješ „svůj“ subjekt, podpořil/a subjekt jiný?
- Propaguješ „svůj“ subjekt i nějak po osobní ose, např. na sítích nebo mezi přáteli? Proč (ne)?
- V čem se podle tebe liší program tvého subjektu [od zbylých dvou]? Četl jsi ho? Co ti na něm připadá nejdůležitější?
- Co ty na té ulici vlastně děláš? Kdybych tě jako náhodný kolemjdoucí potkal na ulici, strávil s tebou nějaký čas a pak šel dál, co bys byl/a nejraději, kdybych si z našeho setkání odnesl?
- Co si myslíš, že je na kampani do komunálních voleb nejdůležitější prvek? V čem vnímáš kampaň tvého subjektu odlišnou od těch ostatních?
- Kdybys byl/a na mém místě, co by ses zeptal ostatních participantů?

Obrázkové schéma pokládaných otázek uvádím v příloze bakalářské práce.

⁵ Většinou participantů jsem tykal, často kvůli podobnému věku, nebo jsme se dobře (po)znali. Nabídka tykání vždy proběhla dle zásad společenského chování.

3.3 Prostředí výzkumu

Už od začátku jsem plánoval výzkum omezit na Prahu, neboť je to prostředí, které velmi dobře znám, žiji v něm celý život a znám kontext kampaní i voleb v tomto městě. Samozřejmě to znamená, že mnou formulované závěry budou vypovídající především pro pražské prostředí, nicméně, jak už jsem psal, u kvalitativního výzkumu se o zobecnitelnost nesnažím.

3.4 Výběr vzorku a jeho kritéria

Pro získání výzkumného vzorku jsem zvolil strategii účelového výběru a nabalování s následujícími kritérii:

- 1) Participant není v těchto volbách kandidátem, a to ani na magistrát, ani na některou městskou část.
- 2) Participant se aktivně zúčastnil předvolební kampaně přímo v terénu, a to nejméně 1x.
- 3) Participant v kampani do pražských komunálních voleb podporoval jeden z těchto tří kandidujících subjektů: Piráti, PRAHA SOBĚ, koalice SPOLU.

Mezi kritéria jsem nezařadil podmínku, že participanti musí být nutně dobrovolníci, tedy že za svou práci nemají dostávat zapláceno, a to ze dvou důvodů: jednak proto, že nelze automaticky předpokládat, že nelze automaticky předjímat angažovanost dobrovolníků v kampaních všech zúčastněných politických subjektů (je možné, že se do kampaně zapojují pouze kandidáti a placení brigádníci). Dále také proto, že hranice mezi kategorií dobrovolníka a placeného brigádníka není jednoznačná, navíc sama o sobě nic nemusí znamenat. Jinými slovy, například brigádník může být velmi dobře obeznámen s programem nějakého subjektu a osobně být jeho dlouholetým zarytým podporovatelem, a dobrovolník naopak dělat kampaň každý týden pro jiný subjekt.

Omezil jsem politické subjekty na tři výše uvedené, aby byl výzkum proveditelný v rámci rozsahu bakalářské práce. Vzhledem k mojí znalosti PS byl jako první zvolen právě tento subjekt. Plánoval jsem ve svém výzkumu jednotlivé subjekty porovnávat na základě názorů participantů, a proto jsem z dalších možností vybral další dva subjekty: Piráty a SPOLU. Piráty proto, že k sobě s PS mají (na základě mnoha vyjádření politiků i jejich podporovatelů) ideově blízko, a koalici SPOLU, která naopak představuje určitý ideový protipól.

Zvolil jsem si metu 12 participantů, od každého ze tří politických subjektů nejméně čtyři⁶. Při této velikosti vzorku při zhruba hodině rozhovoru na člověka je výzkum stále zpracovatelný kvalitativní metodou, a zároveň už se v rámci výzkumu mohou začít objevovat trendy a možná zobecnění, na která bude případně možné v budoucnu navazovat a dále rozvíjet.

Pro výběr výzkumného vzorku bylo využito jak účelové vzorkování, tak technika nabalování. Účelové vzorkování jsem využil při hledání participantů, kteří v kampani podporovali PRAHU SOBĚ. Osobně znám téměř všechny, a tak jsem předem věděl, kteří z nich splňují stanovená kritéria. Tyto participanty jsem přímo oslovil a domluvil s nimi setkání. Oproti tomu u Pirátů a SPOLU jsem zvolil techniku „náhodného terénního oslovení“ a následného nabalování. Na facebookových stránkách koalice SPOLU jsem dohledal, kde se koná setkání zástupců SPOLU s občany, na dané místo jsem vyrazil a doptával se lidí, kteří stáli kolem volebního stánku a rozdávali propagační materiály nebo vedli hovory s občany, a zjišťoval, kdo z přítomných u stánku kandiduje a kdo nikoliv.

Vycházím z vlastní, mnohokrát ověřené zkušenosti, že do kampaně přímo na ulici se zapojují pouze dva typy lidí. Prvním typem jsou tzv. rozdavači letáků, kteří jsou většinou placení a nemají se subjektem, pro který letáky rozdávají, obvykle žádné přímé propojení (i ve smyslu, že jim nezáleží na tom, pro jaký subjekt letáky rozdávají, neboť o politiku se prakticky nezajímají a rozdávání je pro ně pouze příležitost si vydělat peníze). Na tyto osoby jsem ani jednou během výzkumu nenarazil. Druhý typ osob už jsou lidé, jejichž primární cíl je podpořit subjekt, který hodlají volit, i jinak než volebním hlasem. Finanční odměna v tomto případě může sloužit jako motivátor, ale na základě mých zkušeností je extrémně

⁶ Pro účely této práce používám výraz „participant ze SPOLU / Pirátů / PS“, který je zkratkou pro výraz „participant, který v kampani podporoval SPOLU / Piráty / PS“.

nepravděpodobné, že by tito lidé podpořili jiný subjekt z důvodu právě např. vyšší finanční odměny. Vycházím tedy z předpokladu, že tito participanti měli už před svým zapojením do kontaktní kampaně nějaký promyšlený názor na reprezentovaný subjekt. Jejich pohled je tedy pro výzkum relevantní, byť by jejich zapojení v kampani bylo jen jednorázové.

Hned při úplně prvním setkání nastala situace, kterou jsem předem nepředpokládal, a to, že jsem na stánku jako prvního náhodně oslovil muže, který byl, jak se vzápětí ukázalo, krajským manažerem KDU-ČSL a významnou měrou se podílel na tvorbě kampaně koalice SPOLU.⁷ Kritéria výběru tento člověk splňoval a byl ochotný se zúčastnit výzkumu, ale jeho pohled na kampaň „shora“ mohl ovlivnit jeho odpovědi. Operativně jsem se proto rozhodl (pro vyvážení vzorku) kontaktovat tvůrce kampaně i u zbylých subjektů. U obou se to podařilo, u PRAHY SOBĚ to byl přímo volební manažer, u Pirátů koordinátorka kontaktní kampaně. Oba naplnili kritéria výběru.

Nebral jsem v úvahu další možná kritéria výběru vzorku, jako je například věk nebo pohlaví, protože jednak celkový počet lidí, kteří pro výzkum stanovená kritéria splňovali, není vysoký, navíc to pro povahu tohoto výzkumu nepovažuji za zásadní. Přesto jsem na doporučení vedoucího práce v průběhu výzkumu sledoval, zda se některé charakteristiky participantů nadstandardně neopakují, abych se případně mohl pokusit vzorek adekvátně upravit. Nenalezl jsem žádného participanta, který by byl v důchodovém věku, nicméně se domnívám, že tento fakt výzkum nijak významně neovlivnil. Na rozdíl od jiných subjektů mi chyběla za SPOLU participantka-žena, ale odpovědi v prvních sedmi provedených rozhovorech se u žen a mužů nikterak zásadně nelišily, proto jsem ženu-participantku ze SPOLU už nehledal. Kromě jediné změny popsané výše (volební manažeri) jsem vyhodnotil, že není potřeba vzorek doplňovat a upravovat, a zvolený způsob získávání participantů je pro výzkum dostačující.

Pro snazší orientaci v textu budu jednotlivé participanty dále uvádět pod zkratkami podle subjektů, tedy PS1-4, PIR1-4, SP1-4. Koordinátorka a manažeri mají vždy číslo 1.

⁷ Mám souhlas se specifikací této jeho pozice (i manažera PS i koordinátorky Pirátů), více v kapitole 2.6.

3.5 Analytické postupy

Při vyhodnocování rozhovorů jsem použil techniku doslovné transkripce. Pro první přepis rozhovorů jsem využil službu beey.io, která umožňuje přepis řeči do textové podoby. Poté jsem ještě každý rozhovor prošel a upravoval chyby ze softwarového přepisu. V textu jsem také místy odstraňoval výrazy „jakoby“, „vlastně“ apod., a to z toho důvodu, že zhoršovaly orientaci v textu. Pochopitelně jsem tak činil výhradně v případě, že to neměnilo vyznění odpovědi.

V přeepsaných rozhovorech jsem pak hledal níže definované tematické oblasti, které vycházejí z výzkumných otázek a které jsem identifikoval jako ty hlavní. Mezi nimi jsem hledal pravidelnosti a podobnosti. K tomuto účelu jsem použil techniku otevřeného kódování, jehož prostřednictvím jsem definoval následující kategorie napříč odpověďmi participantů:

- 1) Co předchází participaci (rodinné prostředí, studijní prostředí, první impulsy)
- 2) Cíle činnosti participantů (v rámci kampaně)
- 3) Vize participantů do budoucna
- 4) Názor na politické subjekty, ztotožnění se s ním
- 5) Význam volebního programu
- 6) Vyjádření ke kampani

V projektu této práce jsem měl v plánu výsledky výzkumu porovnávat s různými mediálními výstupy politiků, programy stran a dalšími dokumenty. Během výzkumu, ani během jeho analýzy jsem však neuznal za nutné nějakou takovou analýzu provádět, neboť považuji výsledky výzkumu v podobě, v jaké je prezentuji, za dostačující vzhledem k zodpovězení výzkumných otázek.

3.6 Etické otázky výzkumu

Etické otázky jsou ve společenskovedních výzkumech velmi důležité. Výzkumník vždy zanechává v realitě nějakou stopu, neboť jeho výzkum není realitě nadřazen, nýbrž je jeho inherentní součástí. (Novotná, Špaček, Šťovíčková Jantulová, 2020, s. 59) Toto téma jsem s vedoucím práce silně konzultoval, neboť jsem měl obavy, zda mé osobní zaměstnání a zaměření nebude výzkum příliš ovlivňovat.

Zvolil jsem následující postup: nejprve jsem získal poučený (informovaný) souhlas participantů s účastí ve výzkumu (v ústní podobě). Informoval jsem je, že výzkum bude využit pro mou bakalářskou práci na FHS UK a také vysvětlil, že mohou účast ve výzkumu kdykoliv ukončit nebo neodpovídat na otázky, na které odpovídat nechtějí. Zeptal jsem se, zda můžu rozhovor nahrávat na mobilní telefon, abych si mohl později z nahrávek dělat poznámky. Všichni s tímto souhlasili. Ujistil jsem je také, že odpovědi budou uvedeny anonymně. Koordinátorku a manažery jsem informoval, že jejich jména sice neuvedu, ale nelze vyloučit, že čtenář znalý tématu a pražské politiky dokáže dotyčného participanta identifikovat. Přesto s účastí ve výzkumu souhlasili.

Rozhovory proběhly na místě domluveném s každým participantem zvlášť, většinou v nějaké kavárně. Pouze ve dvou případech jsme rozhovory uskutečnili přímo po volební akci na lavičce, protože to daní participantů preferovali. Na rozhovory jsem byl připraven, a tak jsem souhlasil. Participantům jsem poskytl dostatek času, aby si mohli v klidu své odpovědi promýšlet, a na konci každého rozhovoru se vždy zeptal, jestli chtějí k našemu rozhovoru ještě něco dodat, lépe vysvětlit nebo ve své výpovědi něco změnit.

4 Analytická část

4.1 Co předchází participaci

V první části každého rozhovoru jsem participantům kladl otázky, co předcházelo jejich aktuálnímu angažování. Řešili jsme téma rodiny, impulsů, které je vedly k zapojení se do politického dění, a také jiného než politického angažování v minulosti.

4.1.1 Rodinné prostředí

Zajímalo mě, z jakého rodinného prostředí – v souvislosti s angažováním v politice – participanti pocházejí. Na otázku, jestli mají v rodině někoho, kdo se politicky angažuje nebo v minulosti angažoval, téměř všichni participanti uvedli minimálně jednoho člena, který je či byl členem nějaké politické strany, případně byl alespoň nezávislým členem nějakého zastupitelstva: PS1 uvedl svou sestru, která kandidovala právě v těchto volbách. Rodiče SP2 byli zakládající členové ODS v Královéhradeckém kraji. Několikrát se ve výpovědích objevilo, že subjekt, kterým fandí participant, je v kontrastu se subjektem, kterému fandí jeho rodiče.

„Moji rodiče jsou těžcí ODSáci.“ (PIR4)

„Matka je bohužel utopená v dezinformační bublině typu Sputnik, nebo SPD, takže tam je gigantickej názorovej střet.“ (PIR3)

Téměř žádný z participantů ale neuvedl, že by angažování daného příbuzného či příbuzných byl zásadním důvodem, který by ho vedl k zapojení se do kampaně téhož subjektu:

„Můj strýc kandiduje za SPOLU, kandidoval i v Olomouci, tam byl i radní, ale je to vzdálenější rodina. Ale moji rodiče se vždycky o politiku zajímali a přenášeli to na své okolí.“ (PS3)

„Trochu mě do toho vtáhli rodiče, i když nebyli nikdy členy žádné strany, a já jsem teď v ODS. Ale o politiku se vždycky aktivně zajímali a potom jsem si k té straně našel cestu sám.“ (SP4)

Takto SP1 pohlížel na téma „politických rodinných prostředí“ v KDU-ČSL: *„Mně to přijde u tý KDU-ČSL hrozně častý u mladších členů KDU-ČSL, že to je nějak přes rodinu.“*

Jedinou výjimkou je v tomto smrožeru již zmíněný PS1, který jako impuls ke svému angažmá uvedl právě kandidaturu své sestry.

Někteří participanti zmínili své příbuzné, kteří byli před rokem 1989 členy KSČ. Jinak téma komunismu participanti neuváděli jako zásadní, spíše byla často zmíněna 90. léta jako prostor, kdy si jejich příbuzní vytvářeli na politiku názor nebo se angažovali.

„To, že naši vždycky sledovali dění v politice, tak to bylo u nás normální. [...] Naši byli takový ne úplně postižený komunismem nějak ošklivě, ale rozhodně se jim nelíbilo, co se tady dělo před revolucí. Vždycky se k tomu [komunismu] pak vyjadřovali v rodině, přišlo jim to jako důležitý téma, i když se po revoluci trochu stáhli.“ (PS2)

„Babička s dědou byli v komunistický straně. Po devadesátým nikdo. S bratrem jsme zvažovali Stranu Zelených, ale to se nesetkalo s realitou.“ (PIR3)

Pokládal jsem také otázku (v různých obměnách), jak moc se doma participanti o politice baví. Napůl v žertu jsem se ptal, jestli by vyjádřili v procentech, kolik běžných konverzací doma vedou o politice. Zde se už začaly ukazovat různé zajímavé rozdíly. Participanti ze SPOLU všichni uvedli, že se doma nebo s příbuznými o politice příliš nebaví.

„Tak 15 %. Nic šílenýho.“ (SP4)

Často se po otázce chvíli zamýšleli, SP3 po odmlce zmínil své dva dědečky, kteří se prý vždy hádali kvůli politice.

Oproti tomu u PS a Pirátů tomu bylo naopak. PS1, PS2 i PS3 uvedli, že téma politiky je doma až hlavní konverzační téma, všichni zmínili, že politice věnují doma hodně.

„Vyrůstal jsem v rodině se čtyřmi sourozenci. Moji příbuzní jsou hodně aktivní hodně v sociálních projektech nebo službách, v kombinaci se skautem, kteréj je super, takže jsme o těchto tématech doma bavili skoro pořád.“ (PS1)

U Pirátů tomu bylo obdobně jako u PS. Všichni uvedli, že politika je doma důležité a časté téma.

„Myslím si, že jako hodně, skoro bych řekla, že převážnou část, protože oba moji rodiče se o politiku zajímají, a tím, že já ještě studuju něco, co je na to navázaný, a teď i pracuju tady na magistrátu a sympatizuju s Pirátama, tak vážně hodně těch našich rozhovorů se točí okolo politiky.“ (PIR1)

„[Politika je u nás] velký téma. Nikdo není angažovanéj v nejbližší rodině, ale nějak mám pocit, že jsme to jeli pořád. Když to na nás přijde, tak tak třetina [hovorů je o politice]. Nebo když je politickej večer po večeri, tak to jede. Myslím si, že v jiných rodinách to asi bude něco, o čem se ve skutečnosti nemluví, ale u nás je to pořád.“ (PIR4)

Odhadovat distribuci jednotlivých kapitálů (viz kap. 2.1) u participantů na základě jednoho až dvou rozhovorů je nemožné, nicméně na tomto vzorku dat se již ukazuje, že aktivizaci v angažování se u PS a Pirátů předchází habituální chování v rodinách. O politice se doma mluví, je to považované za důležité téma. Tento rodinný habitus může ovlivňovat vztah k následnému dobrovolnictví a angažování se.

4.1.2 Studijní prostředí

Na první pohled by se mohlo zdát, že lidé aktivní ve veřejném prostoru se angažují na mnoha místech najednou. Nejen v politice, ale i v jiných organizacích a iniciativách. Proto jsem se ptal participantů, jestli se někde jinde věnují dobrovolnické činnosti.

Všichni participanté ze SPOLU uváděli z minulosti angažmá v rámci školy nebo jiných organizacích zaměřených na mladé:

SP1 a SP2 byli oba členové mládežnické organizace při KDU-ČSL.

„I ve škole jsem se zúčastnil různých debatních klubů apod. Byl jsem třeba na studentské simulaci NATO. K veřejný politice jsem měl vždycky blízko.“ (SP4)

„Byl jsem v Youth, Speak Up!⁸ Jsem členem mládežnické organizace světového ekonomického fóra.“⁹ (SP3)

„No já jsem byl asi 2,5 roku členem spolku Mladí občané¹⁰, což bylo něco podobného jako Mladí lidovci¹¹, kde jsem taky dnes členem. [...] a pro mě tohle jako moc nebylo. Když o tom mluvím, tak si z toho dělám trochu srandu, jako že říkám, že to bylo hlavně ,abysme si náhodou něco nemysleli‘, a tak to mě nebavilo a pak jsem záměrně jeden rok už nezapltil členský příspěvky a nechal jsem se vyloučit.“ (SP2)

Z výpovědí se ukazuje, že participanti ze SPOLU sice neměli rodinné prostředí, kde by vztah k politice byl tak aktivní, jako u zbylých dvou subjektů, ale zase se během školní docházky setkali s výše popsanými (vzdělávacími) aktivitami či členstvím ve studentských spolcích. Habitus participantů je tedy ovlivněn buď komunikací v rodině, nebo v průběhu vzdělávání. (viz kap. 2.1)

I někteří participanti z řad Pirátů a PS se angažovali ve školních spolcích. PIR1 se aktuálně angažuje v debatním spolku na VŠ, kterou studuje.

„Já jsem vždycky chtěl něco dělat, ale připadal jsem si nějak ,nedopečenej‘, jako že jsem se toho bál. [...] Když jsem byl na střední škole, jel jsem studentskou radu. Nějak to nikdo nechtěl dělat, tak jsem tam byl celou dobu, na konci jsem i byl předseda, a to bylo docela zábavný. Obvykle to bylo docela o ničem, ale potom jsem sem tam nějak zkoušel grilovat vedení. Nevím, jestli to je relevantní, protože to byla taková ,hra na demokracii‘.“ (PIR4)

„Byl jsem v ČSU¹², ve který jsem dělal jinou formu politického aktivismu, psali jsme otevřené dopisy, chodili za poslancema a senátorama a tak.“ (PS3)

⁸ Viz <https://youthspeakup.cz/>

⁹ Viz https://www.mzv.cz/mission.geneva/cz/svetovy_obchod/svetove_ekonomicke_forum/index.html

¹⁰ Viz <https://mob-mladiobcane.cz/>

¹¹ Viz <https://mladilidovci.cz/>

¹² Viz <https://stredoskolskaunie.cz/>

PIR3 své občanské angažmá popsal se samozřejmostí v hlase: „*Angažoval jsem se ve více věcech typu demonstrace a taková ta asi běžná politická angažovanost.*“

„*Rodina, církev i skaut mě přivedly k tomu, že mi není lhostejné, co se kolem mě děje a hledám si v tom to svoje místo.*“ (PS1)

Žádný participant kromě PS1 nepopisoval nějakou konkrétní spojitost svého politického angažmá s jinými (dobrovolnickými) aktivitami. Někteří participanti uvedli, že se nějak dobrovolnicky angažovali během covidové pandemie, ale až na několik výjimek se nikdo aktuálně jiné dobrovolnické činnosti nevěnoval.

4.1.3 První impulsy

Další otázky směřovaly na konkrétní impulsy, které dovedly participanty k zapojení se do politického dění, resp. do činnosti ve prospěch „jejich“ subjektu. Odpovědi v tomto ohledu byly pestré a nenašel jsem žádný společný prvek nejen napříč subjekty, ale ani mezi participanty stejného subjektu.

Někteří participanti jako bezprostřední impuls zmiňovali, že je do angažmá přesvědčili jejich blízcí nebo přátelé (kap. 2.1, konvenční motivace, Frič, 2001):

„*Přišla za mnou ségra, ať jdu sbírat pro Čížu [Jana Čížinského, lídra PS] podpisy, že to je super týpek, řekl jsem na to, že nemám čas, ale šel jsem sbírat, bylo minus 12 a nasbírali jsme ve dvou asi 13 podpisů za dvě hodiny, strašný.*“ (PS1)

„*Ukázalo se, že znám spousty lidí z Pirátů, což se nedá říct o dalších stranách, protože mě tam dostal ten můj kámoš z Prahy 12. [...] Je to tam zajímavý tým, že tam nepřicházím úplně totálně do neznámého.*“ (PIR4)

Někteří participanti se ke „svému“ subjektu přidali na základě své vlastní iniciativy, například skrze placenou práci nebo stáž (dá se vnímat jako reciproční motivace (kap. 2.1, Frič, 2001):

„Já jsem sháněl nějakou práci, byla možnost se zúčastnit výběrového řízení na tuhle pozici, což jsem já využil, a tak jsem se k tomu dostal.“ (SP1)

„Já jsem dostal možnost stáže v europarlamentu u Jaromíra Štětiny, myslel jsem, že to bude na pár měsíců krátká zkušenost a pak se vrátím ke svojí práci. Ale pak mě to vcuclo, pohltilo, přišlo mi to fascinující, ta komplexita toho, co se tam řeší, jak se mluví o tom, co kdy kde jak – začalo mě to bavit.“ (SP3) (Kampaně 2022 se dotyčný účastnil jako dobrovolník bez jakékoliv odměny.)

U některých participantů se jednalo spíše o nerozvinutou motivaci (kap. 2.1, Frič, 2001), částečně i kombinaci „hřejivého pocitu“. (Andreoni, 1990) PIR1 se například angažovala již v minulosti okolo projednávání tématu manželství pro všechny ve sněmovně:

„Neřekla bych, že jsem se do politiky dostala kvůli nějaký konkrétní osobě nebo kvůli konkrétní události. Hodně mnou zamávalo, když se projednávalo v minulý sněmovně manželství pro všechny, že to jsem jako obepisovala poslance, a tak, ale to bylo pořád dost předtím, než jsem sama začala být aktivní.“ (PIR1)

V návaznosti na první impulsy k zaangažování se u určitého konkrétního subjektu jsem participantům kladl i otázku, jestli zvažovali nebo zvažují nějaké jiné subjekty, ve kterých by se zapojili podobným způsobem, jako se aktuálně zapojují:

SP4 zvažoval před vstupem do strany TOP 09 a ODS, rozhodl se pro ODS na základě osobní zkušenosti s oběma lokálními buňkami.

SP3 zase nejdříve začal pracovat pro Jaromíra Štětinu, a až posléze se zapojil u TOP 09. Oproti tomu SP1 a SP2 ani o jiných subjektech nikdy neuvažovali.

„Rozhodně jsem zvažoval, jestli se neangažovat někde jinde. Když vidím, že je někde někdo dobře, tak ho klidně podpořím.“ (SP3)

Všichni participanté z řad Pirátů na moji otázku reagovali často s mírným údivem, který značil, že nad touto otázkou nikdy nepřemýšleli. PIR1 se k Pirátům dostala přes stáž, dle jejich slov neposlala CV žádné jiné straně.

„Těžko říct, kdyby mi napsali, jakože mě neberou, anebo když by mi odepsali nějakým způsobem, u kterýho bych si řekla „wow, tak to fakt změnilo můj názor na tu stranu“, tak bych asi zkusila někoho dalšího. Protože si myslím, že když studuju hospodářskou politiku, tak je to obor, který nejde dělat mimo politiku. Takže kdyby mě nechtěli Piráti, tak bych asi potom musela zkoušet nějaký další strany, i ty, se kterými bych třeba sympatizovala míň, protože je to prostě obor navázaný na tu veřejnou správu.“ (PIR1)

Všichni participanti PRAHY SOBĚ uvedli, že v Praze nikdy jiný subjekt podpořit nezvažovali. Vícekrát zmínili nějaké konkrétní osoby, ke kterým mají takovou důvěru, že nemají potřebu hledat jinde.

„Ne, přišla nabídka na PS, o jiných jsem neuvažoval, kejvnul jsem na to.“ (PS3)

4.2 Cíle činnosti participantů

Činnost participantů na ulici může mít dva cíle. První z nich je cíl kampaně, taktéž by se dal pojmenovat jako „úkol, který mají participanti splnit“. Druhý cíl je osobní, čeho se oni sami snaží dosáhnout – může to být i třeba dosažení nějakého pocitu viz níže. Participantům jsem chtěl dát prostor, aby tyto cíle popsali vlastními slovy. Pokládal jsem proto každému otevřenou otázku „Co ty na té ulici vlastně děláš, jak bys to popsal/a?“ Na otázku jsem pak ještě většinou navázal doplňujícím dotazem: „Kdybych tě jako náhodný kolemjdoucí potkal na ulici, strávil s tebou nějaký čas a pak šel dál, co bys byl/a nejraději, kdybych si z našeho setkání odnesl?“

Více než polovina participantů zmínila, že se snaží kolemjdoucím předat informaci, že se vůbec chystají komunální volby. Na to často navazovalo, aby se dozvěděli, že existuje subjekt, pro který participanti dělají kampaň, případně s jakým přichází programem. V podstatě všichni zmínili i to, aby oslovený odcházel s nějakým fyzickým materiálem.¹³

¹³ Fyzické materiály jsou nedílnou částí kampaně. I já jsem v kampani rozdával program PS v podobě malé knihy, kterou jsme vytiskli v nákladu 5 000 ks. Po kampani nám zbylo zhruba 500 ks, které jsme odvezli do sběrného dvora. Pracovník dvora nás při vykládání do kontejneru sledoval a okomentoval to slovy: „Jojo, ODSka už tady byla.“ Údajně ODS vytiskla 50 000 ks knih *Mým Pražanům* od Bohuslava Svobody, a zhruba 45 000 ks se nepodařilo rozdat.

Často participanti pojmenovávali svou činnost spíše z praktického, než filosofického nebo sociologického hlediska.

„No tak strategický cíl je zvolit tu stranu, operační cíl je pročíst si ten leták, a taktický cíl už je vzít si ten leták. Když to řeknu vojensky.“ (PS4)

PS1 přirovnal svou činnost na ulici k hlášce, kterou často ve videích používají youtuberi „*dejte lajk*“ (tj. výzva k vyjádření, že oslovený s danou věcí souzní). Zmínil, že celkovým cílem kampaně daného subjektu nemusí být jenom vyhrát volby, ale například také být nejsilnější opoziční stranou. Zároveň zdůraznil, že to, co se počítá, je vždy volební výsledek. Co nejlepší volební výsledek pro „svůj“ subjekt jako důsledek své činnosti potvrdili i další participanti.

Další participanti i z ostatních subjektů uváděli poznámky typu „*přijde mi správné povzbuzovat lidi v těch správných věcech*“. (PS3)

PS2 a PIR4 se shodli na tom, že je také klíčové „*zachovat dobrý dojem*“. „*Když odpovím trochu v klišé, tak tam dělám jakýsi ‚pirátskej program s lidskou tváří‘. Nikoho do ničeho netlačím, jsem pouze jakýsi ‚pozývač‘.*“ (PIR4)

Někteří participanti odpovídali, že se nikdy nesnaží kolemjdoucí nějak přímo přesvědčovat o tom, že mají volit „jejich“ subjekt. protože to nepovažují za funkční strategii – což je v souladu s teoriemi motivačních rozhovorů (Soukup, 2020). Zároveň často se pak v dalších větách ukázalo, že to je stejně při rozhovorech nějakým způsobem probíhá, viz citace SP3:

„Dřív jsem měl tendenci lidi přesvědčovat. Přišel jsem si jako sub-kandidát a měl jsem tendenci to obhajovat. Dneska říkám spíš pojdte k volbám, volte tohohle našeho kandidáta, přečtěte si o něm něco, nebo náš program!“ (SP3)

U Pirátů dva participanti zmínili, že jim nejde pouze o kampaň pro Piráty, ale že se snaží i pomáhat lidem v rozhodování, aby volili alespoň demokratické strany. Pro PIR3 je volební kampaň i „*limitovaná sociologická sonda*“.

4.3 Vize do budoucna

Ohledně vize svého budoucího angažování v politice, resp. práce pro „svůj“ subjekt, žádný z participantů nevyločil vlastní kandidaturu. Stejně tak všichni participanti plánují být vůči „svému“ subjektu loajální. Jako důvody, proč nekandidovali už třeba v těchto volbách, jmenovali participanti například nedostatečnou znalost aktuálních kandidátů, resp. místní „party“:

„Abych mohla kandidovat, tak bych se musela seznámit s více lidma, aby mě taky znali a aby mě pak zvolili na kandidátku.“ (PIR2)

Dále pak někteří participanti uvedli, že zvažují členství v Pirátech nebo TOP 09. PIR1 přímo zmínila, že na volebním výsledku je toto její uvažování nezávislé.

Ani PS1 nevyločil kandidaturu někdy v budoucnu, nicméně o horizontu následujících deseti let se vyjádřil takto: *„Lidi se mě ptají, kdy budu kandidovat, a já jim říkám, že dělám to, co umím nejlíp, a to je dělat kampaně tak, aby se tam dostali lidi mnohem lepší než já.“ (PS1)*

Participanti svým zapojením do kampaně získávají praktickou zkušenost, kterou mohou později využít, pokud se rozhodnou intenzivněji angažovat v politice. Zároveň získávají sociální konexe, které jim tento proces mohou usnadnit. Žádný z participantů sice nemluví o tomto faktoru jako o hlavní motivaci (např. že by třeba řekli *„Vždycky jsem chtěl/a jít do politiky, ale chtěl/a jsem si nejdřív vyzkoušet tu kampaň.“*), nicméně to může hrát roli.

4.4 Náзор na politické subjekty, ztotožnění se s ním

Každému participantovi jsem položil otázku, jak se v jeho očích jeho subjekt odlišuje od ostatních dvou. Požádal jsem je, aby zkusili vyjádřit nějaké (z jejich pohledu) objektivní kvality „svého“ subjektu oproti zbylým dvěma, a pak i kvality, které jsou důležité právě pro

ně. Chtěl jsem tím zjistit, čím jsou pro ně „jejich“ subjekty natolik atraktivní, že se pro ně angažují.

Jak u Pirátů, tak u SPOLU participantů komentovali především stranický systém, resp. způsob, jakým se vytváří programy nebo složení kandidátek. U Pirátů tři ze čtyř participantů chválili, že „*program vzniká odspodu*“, že „*se zapojují lidi nahoře i dole*“ ve stranické struktuře, nebo že „*se lidé často zapojí třeba v nějakém výboru, a po pár letech jdou kandidovat*“.

U SPOLU participantů zase chválili to, že strany, které koalici tvoří, mají nějakou historii, během které už si ustanovily vnitřní procesy. Většinu času ale mluvili o nespokojenosti se současným vedením Prahy (tj. koalici Pirátů, PS a Spojených sil pro Prahu, tvořenou TOP 09 a STAN), především pak s Piráty.

„Pak určitě jako druhý argument je, že nejsem úplně spokojený s tím, jak to město teďka funguje, a myslím si, že by mohlo fungovat trochu jinak. Nemyslím si, že teď tady ta situace je prostě ideální. A nevím, co ještě říct, no. Asi u mě určitě hraje roli to, že nemám velký sympatie k oběma těm jako hlavním představitelům, jak Pirátům, tak k PS. S panem Čížinským mám nějakou osobní zkušenost a není dobrá. A Zdeněk Hřib jako se mi spíš asi mediálně moc nelíbí.“ (SP1)

V kontrastu s výpověďmi výše participantů za PS naopak chválili komunitu lidí, kteří se kolem PS pohybují, a fakt, že PS vznikla odspodu, že to není „*buňka nějaké politické strany, která má už nějaký zajetý rigidní pravidla*.“ (PS2) Částečně zde můžeme mluvit i o nerozvinuté motivaci (Frič, 2001), protože jedním z jejích ukazatelů je důvěra v organizaci, která je mj. vytvářena osobními vazbami mezi dobrovolníky.

PS1 zmiňuje dva aspekty PS: „*Jednak myslím, že kandidáti na magoš [magistrát HMP] mluvili face to face s voličema víc než všechny ostatní kandidující strany dohromady, a jsem o tom bytostně přesvědčený, že to tak je, to je největší diverzifikátor, a druhak vnímám politiku jako veřejnou službu, a tohle je signifikantní i pro kandidáty PS – ti jiní lidé tím sledují nějakou kariéru, a to je premisa, která může (i nemusí) zhoršovat výsledky jejich práce – ale v PS jsou lidi, který jsou z vyšších i z nejnižších sociálních vrstev a je to odraz*

společnosti, jak já si ji představuju. Třeba PS vůbec neřešila kvóty, jsou tam různý věky, pohlaví, vzdělání...“

Také jsem participantům položil otázku, co by se podle nich muselo stát, aby začali podporovat jiný subjekt podobným způsobem, jako se nyní zapojují pro ten „svůj“.

Participantů ve velké většině odpověděli, že si to nedovedou moc představit nebo že se nad tím nikdy vlastně nezamýšleli. Nejčastěji zmiňovaný důvod, který by vedl ke změně subjektu a který zmínilo celkem pět participantů, byl *„kdyby se v té straně udal nějaký velký korupční skandál“*.

PIR1 zmínila, že by to pro ni byl nějaký dlouhodobý volební neúspěch. V takové chvíli by přestoupila do expertního týmu nějaké jiné strany, aby se mohla věnovat svému oboru.

PS4 svůj postoj zdůvodnila tím, že osoby z PS tak dobře zná, že už si nedovede představit nějaký přestup. Zmínila ale, že si dovede představit, že kdyby jiné politiky znala déle a lépe, tak by jí taky přišli jako rozumní.

PS1 zmínil konkrétně osobu lídra: *„Musel by tam být lídr, za kterým jsem ochotný jít. [...] Jakmile vidím člověka, který má kolem sebe deset schopných lidí, tak za tím člověkem chci jít. To se podle mě přesně kolem Jendy děje. Tohle kdyby se stalo jinde, tak do toho jdu.“*

SP4 dal najevo svou nespokojenost s magistrátní politikou SPOLU, ale nezmínil žádný konkrétní podnět, který by ho vedl k tomu, že by z ODS vystoupil: *„Snažím se ten magistrát trochu ignorovat, ale uvidíme, co bude po volbách.“* (SP4)

SP1 nejprve uvedl, že si nedovede představit, co by muselo nastat za situaci, aby se začal angažovat podobným způsobem pro někoho jiného než pro KDU-ČSL. Zeptal jsem se ho, jestli to pak neznamená určitou absenci kritického myšlení, pokud vůbec nezvažuje jinou politickou stranu. SP1 ve své odpovědi popsal i to, proč se vůbec v KDU-ČSL angažuje: *„Já si myslím, že tu politickou stranu je potřeba vnímat jako instituci, že to je stejný, jako třeba svoji základní školu, [...]. A že ta instituce samozřejmě do velké míry neodpovídá tomu, co ty chceš přesně, ale furt je to jenom ta instituce. A taky v těch politických stranách podle mě*

to, jak seš ochotnej s ní stát a padat, tak souvisí s tím, do jaký míry ty máš dojem, že tu instituci sám tvoříš. Což si myslím, že by byl možná důvod, proč bych byl schopnej z té strany vystoupit – kdybych měl dojem, že nemůžu nějak ovlivňovat, co ta strana dělá. Teď, když ta strana je relativně malá, tak je vlastně extrémně prostupná. Když se chce jakýkoliv člen setkat s předsedou strany, tak je to možný. [...] Hrozně moc těch členů je důchodovýho věku, [...] takže tu možnost to ovlivňovat, si myslím, že máš docela velikou a docela jednoduše. Takže to si myslím – když máš dojem, že ta instituce se může pohybovat v rámci nějakých rozumných mezí, kde si myslím, že to je dobrý, tak si myslím, že to znamená, že u toho kriticky přemýšlíš.“¹⁴

Odpověď SP1 je v kontrastu s výpovědí PIR1: *„Mám pár kamarádů, který jsou u SPOLU a mám od nich tu reakci, že třeba, protože jsou v mém věku, jsou mladý třeba, teprve studujou, tak i když studujou třeba něco odbornýho, tak je tam jako moc k ničemu nepouští a že je docela náročný pro mladýho člověka se dostat v té struktuře někam, kde už se může člověk třeba zapojit do přípravy toho programu. A pokud budete mluvit s nějakým dobrovolníkem nebo s někým, kdo třeba už je člen strany, ale ještě jako nemá možnost ty věci v té straně ovlivňovat, tak mě by zajímalo, jestli je to jako nefrustruje, že třeba už se k něčemu upsali, ale ještě nemůžou to nějak ovlivnit.“*

Podobně situaci hodnotí i PS3: *„Pražské SPOLU mi přijde totálně odosobněné, tam kdybych se chtěl jako mladej člověk zapojit, jakožto člověk bez nějakýho vlivu lidí za mnou, který by mě někam tlačili, tak bych neměl šanci něco změnit a byl bych jenom taková hezká tvář.“*

SP4 spíš potvrdil tvrzení PIR1 a PS3 než kolegy ze SPOLU. Zeptal jsem se ho (už po volbách), jak vidí povolební vyjednávání. *„No to vyjednávání... Nevím úplně, kdo říká stoprocentně pravdu, nemám o tom ani úplně nějaký dobrý informace, i když jsem vlastně zevnitř té strany, což mě trochu mrzí. Včera jsme měli setkání na Praze 14 a tam vlastně taky nikdo nic moc neví, ani lidi, který by měli mít kontakt na vedení té strany.“*

Doptal jsem se ho, jestli je mu tato situace komfortní. Jestli by třeba nestál o nějaké procesní možnosti, jak se v rámci SPOLU k věcem, které mu vadí, vyjádřit. Odpověděl mi:

¹⁴ Jsem si vědom toho, že citace je dlouhá, pro celkový kontext jsem ale považoval za důležité uvést ji celou.

„No, naše oblast [východ Prahy] nebude mít žádného zastupitele, takže vlastně ani nemůže nikdo tlumočit ty názory.“

Ve výše uvedených výpovědích se ukazuje jedna z nejsilnějších motivací participace. Je to nejen možnost ovlivňovat pražskou politiku, a tím pádem pomáhat utvářet obraz reality (viz Berger, Luckmann, 1999), ale také zažívat důstojnost uvnitř organizace (symbolický kapitál, viz Bourdieu, 1986), která participanta pouští k věcem uvnitř strany a dovoluje mu na spoustu věcí sáhnout. SP1 to zmiňuje poměrně explicitně, implicitní význam ostatních výpovědí, kteří na něj reagují, je vyjádřen tím, že stav, kdy by tuto důstojnost nezažívali, by pro ně byl frustrující a demotivující. Ukazuje se, že pro participaci je tak klíčová nejen identifikace s uskupením, kandidáty, idejemi apod., ale i možnost směr spoluvytvářet a ovlivňovat.

Výpověď SP4 jistým způsobem jde proti argumentu A. Heywooda (2015), který uvádí, že pokud je společnost pasivnější, zvyšuje to pravděpodobnost, že se lidé snáze „spokojí“ s politickými rozhodnutími, se kterými nesouhlasí, nebo která jsou v konfliktu s jejich vlastními zájmy. Domnívám se, že na odpovědi SP4 lze demonstrovat možnost vyvolání obdobného efektu prostřednictvím aktivní participace. Politiků v rozhodujících pozicích je vždy relativně nízký počet. Jejich volební úspěch je však závislý i na dalších lidech (jako např. exekutivců kampaně¹⁵, tak právě členech strany, jako je SP4). SP4 je členem strany, a přestože má pocit, že nemá vliv na její rozhodování, nemotivuje ho to ve straně poměry měnit, nebo dokonce stranu opustit. „Spokojuje“ se tak se situací způsobem, o kterém právě A. Heywood mluví.

4.4.1 Osobní propagace

Pokládal jsem participantům i otázku, jak se staví k „propagaci“ po vlastní ose. Otázky zněly například *„Sdílíte na svých vlastních sociálních sítích [váš subjekt]? Říkáte svým přátelům, aby volili [váš subjekt]? Vědí o vás vaši přátelé, že se do kampaně zapojujete? Považujete za vhodné takto ,agitovat‘? Měli by to dělat všichni?“* V kontextu této práce jsem

¹⁵ tj. lidí z týmů, které mají kampaň na starosti: manažeři, copywriteři, grafici, stratégové...

vyhodnotil jako důležité zjistit, jestli participanti vnímají práci pro „svůj“ subjekt jako „vnitřní“ nebo „vnější“ záležitost.

V tomto tématu byly odpovědi participantů jednotlivých subjektů hodně odlišné. Všichni čtyři participanti ze SPOLU se shodli, že této činnosti se téměř nevěnují nebo se jim zcela přičí.

„Já to určitě nedělám v rámci kamarádů. Mně to přijde dost obtěžující, že by mi taky vadilo, kdyby mi psali, ať si koupím od nich nějaký pojištění. [...] Nemyslím si, že je to pro kohokoliv nějak směřodatný, co já si o tom myslím.“ (SP1)

„Pokud se mě na to sami nezačnou ptát, tak bych o tom nikdy mluvit nezačal.“ (SP2)

Ani pirátští participanti neuváděli, že by sami od sebe apelovali na přátele, aby šli volit Piráty. Zároveň často uváděli, že je to i kvůli tomu, že příliš nepoužívají sociální sítě, které lze k podobným účelům poměrně snadno využívat.

„Mám kamarády, který jako politika vůbec nezajímá, tak těm bych to ani neříkala. [...] Většina mých známých se o politiku ale zajímá a běžně o ní mluvíme, takže před nima bych si dovolila něco takovýho zmínit, ale ne s cílem ‚já tě teď přesvědčím, ať volíš Piráty‘, ale spíš ‚pověz mi, koho volíš ty a jak se na to koukáš‘.“ (PIR2)

Participanti za PS v tomto směru byli nejaktivnější, všichni mluvili o tom, že nějakým způsobem u přátel „agitují“, ať už po osobní ose, nebo pomocí sociálních sítí.

„Při osobním kontaktu to bylo takový ‚hele, potřebuju pomoct, potřebujeme podpisy, jestli máš čas, tak se přidej, budeme i hledat lidi na kandidátku. Pojd' mi říct, co se ti v Praze líbí a nelíbí‘.“ (PS2)

Velmi obsáhlou odpověď mi poskytl participant PS1. Položil jsem mu otázku, jestli není nějaké přesvědčování nebo rady svým blízkým, koho mají volit, forma „prodávání hrnců“. *„Já to беру obráceně – kdybych věděl, kde je zakopanej milion, tak bys taky chtěl, abych ti to řek, a já vidím v PRAZE SOBĚ tak velkou hodnotu, že si myslím, že oni by měli chtít ode mě ty informace a já se jim to snažím vysvětlit tak, aby to chtěli. Zároveň ale věřím*

tomu, že to dělám tak, že jim ale dávám svobodu si myslet úplně cokoliv. Neříkám jim ,jestli volíš Zajička nebo Udženiju, tak seš prostě retardovanej‘.“ (PS1)

Tyto výpovědi naznačují, že existují překážky, které participantům zabraňují nerozlišovat v tomto ohledu mezi svým okolím a cizími lidmi. Participanté nemají problém oslovovat lidi, které možná už nikdy v životě neuvidí, ale agitaci u svých přátel se vyhýbají. Vidím v tom dvě roviny – lze vnímat roli participanta jako člověka, který „plní svou práci“, ale může z této práce odejít a velmi pravděpodobně si konkrétně na něj oslovení už nikdy nevzpomenou. Kromě toho lze na roli participanta pohlížet jako na určitého „misionáře / evangelistu“, který svou činností pouze potvrzuje a nabízí lidem své vlastní vnitřní přesvědčení, tedy dochází k nepřehlédnutelnému ztotožnění vlastní identity s identitou politického subjektu. U SPOLU výrazně převažuje první rovina, u Pirátů tak napůl a u PS se to kloní k rovině druhé.

4.5 Význam volebního programu

Všichni participanté mají ke komunálnímu volebnímu programu rezervovaný postoj. Kládl jsem jim otázku, jakou váhu programu přiřkládají, jakou roli podle nich v politice a v kampani má, případně jestli vůbec četli program „své“ strany, neboť se často říká, že „program nikdo nečte“.

Ani jeden participant nepovažuje program za zásadní do té míry, že by např. zvažoval jiný subjekt, pokud by měl pocit, že jeho program je lepší.

SP1 a SP2 a mnoho dalších participantů se shodli, že programy všech relevantních pražských subjektů jsou v podstatě stejné. SP1 se domnívá, že program je pouze jedna věc „z nějakého obrovského segmentu věcí, který by měl člověk při volbě zvažovat“.

Na to se svým vyjádřením navazuje PS1: „Mnohokrát v životě jsem se spálil, že když volíš program, kterej je dobrej, ale dávají ho dohromady šibři, který ho neprosazujou a mají to trochu jinak nebo se vymlouvají, že to nejde, tak je program k ničemu. Proto se vždycky

snažím víc poznat ty kandidáty a jejich charakter a volím kandidáty, nikoliv jejich program – což se mi osvědčilo u všech voleb.“

Ani pro PIR3 není program zásadní: *„Pro mě jsou v principu tyhle strany volitelný všechny. [SPOLU, PRAHA SOBĚ, Piráti, STAN].“*

PIR4 k programu uvedl, že podle jeho názoru je pochopitelné, že jsou programy podobné a „umírněné“, protože nikdy nevládne jenom jedna strana, a umírněný program tak dobře připravuje strany na koaliční jednání: *„Vůbec tomu nerozumím, ale mám takový pocit, že když si tam napíšeš něco moc radikálního, tak to vzbudí bouři.“*

Na otázku, jestli by volila jiný subjekt s lepším programem, PS2 uvedla, že o program tolik nejde, spíš o reálné výsledky: *„Jasně, kdyby se přestalo stavět za PRAHU SOBĚ a prostě někdo jinej řekne ‚hele, ale já tady budu budovat, já to budu tady rozvíjet‘, a tak dál, tak asi jo.“* (PS2)

Také PIR1 popsala, že jí u Pirátů vyhovuje dlouhý proces tvorby programu, do kterého se zapojují jak kandidáti, tak stranické odborné týmy. Uvedla, že má pak z politiků pocit, že jsou lépe připraveni bránit program při koaličních jednáních, protože si už prošli procesem, kdy museli dovnitř strany svá rozhodnutí, co do programu dát a nedat, řádně odargumentovat. Dotýká se zde myšlenky A. Heywooda (2015), který uvádí, že pokud se politická rozhodnutí dějí na základě širší shody, namísto rozhodnutí jen několika jedinců, lidé lépe chápou společenskou sounáležitost, resp. že v životě nejde pouze o ně a jejich vlastní život: *„Souhlasím s tím, že ty programy podobný jsou, myslím, že zásadní je to, kdo je reprezentuje a jak ty programy vznikají.“* (PIR1)

Většina participantů do programu pouze nahlédla nebo ho zběžně prošla. PS1 četl program PRAHY SOBĚ úplně celý, ale s úsměvem přiznal, že to bylo především kvůli tomu, že dělal jazykovou korekturu. Žádný z participantů nejmenoval nic, s čím by v programu svého subjektu nesouhlasil.

4.6 Vyjádření ke kampani

Zajímalo mě, jak participanti dívají na samotnou kampaň, proto jsem každému položil otevřenou otázku: „Co je podle tebe na kampani nejdůležitější?“

Téměř každý participant odpověděl hodně odlišně, proto bylo náročné z odpovědí vyvozovat nějaké souhrnné závěry. Participanti zmiňovali jak praktické nástroje kampaně (vhodný slogan), tak práce s nimi (resp. např. efektivita vynaložených prostředků), strategii kampaně (výběr cílové skupiny, jaký kampaň vypráví příběh), tak i určité prvky související s morálními zásadami a fungováním stran (kvalita a důvěryhodnost kandidátů nebo lídra, autenticita, neslevování z morálních zásad, sebereflexe strany v komunikaci, umět přiznat, co se nepovedlo).

4.7 Druhé kolo rozhovorů

Se třemi participanty (PS4, PIR4 a SP4) jsem uskutečnil ještě druhé kolo rozhovorů – po volbách. Přestože jsem se primárně zajímal o aktivitu participantů před volbami, nelze ignorovat vliv voleb jako určitého společenského rituálu. Giddens společenské rituály definuje jako *„formalizované způsoby chování, jichž se pravidelně účastní členové skupiny nebo komunity. Rituály se samozřejmě uplatňují zejména v doméně náboženství, ale zdaleka nejen tam. Většina skupin má rituální praktiky toho či onoho druhu.“* (Giddens, 1999, s. 552)

Nepovažoval jsem za nutné se s těmito třemi participanty potkat při druhém rozhovoru osobně, proto jsme se spojili přes videohovor. Pokládal jsem zhruba následující otázky:

- 1) Jak se díváš na výsledek voleb oproti tvému očekávání?
- 2) Co si myslíš, že by měly strany nabídnout lidem, jako jsi ty, v době „volebního klidu“ (tj. mimo volební kampaň)?
- 3) Změnily volby nějak tvůj vztah k politice nebo k subjektu, kterému fandíš?

Kromě několika konkrétních drobností se odpovědi tyto tři rozhovory nijak zvlášť navzájem nelišily. Především u odpovědi na první otázku náš rozhovor připomínal spíš „hospodský pokec“. Se všemi participanty jsme probírali patovou situaci, která po volbách vznikla.¹⁶ Pro účely této práce nepovažuji za zásadní žádné ze sdělení dotazovaných, neboť už neposkytli žádné další informace, které jsem doposud nepopsal v předchozích kapitolách).

U druhé otázky se všichni participanti shodli, že nejdůležitější z věcí, kterou by měly subjekty vůči „svým“ participantům (potažmo příznivcům) dělat, je udržovat s nimi vztah a komunikaci. Nejsrozumitelněji to shrnul SP4: *„Určitě by minimálně měli ti zvolení zástupci poskytovat svým podporovatelům informace, co se povedlo, co se nepovedlo. Případně pokud je daný příznivec třeba odborníkem v nějakém oboru, tak se mohou i poradit. Prostě udržovat s nima tu komunikaci a ten vztah, který během kampaně vznikl.“*

Další podněty nebo nápady, co by měly politické subjekty vůči „svým“ participantům podnikat, participanti neměli.

U třetí otázky taktéž nezaznělo nic zásadního, z čeho by bylo možné vyvozovat jakékoliv závěry. Ačkoliv by se mohlo na první pohled zdát, že volby mohou zásadně ovlivnit vztah participantů k „jejich“ subjektu, názory a odpovědi byly v podstatě totožné jako před volbami. Všichni participanti potvrdili, že zůstali věrní „svému“ subjektu a že hodlají v budoucnu v práci pro subjekt pokračovat, především v kampani, která se bude konat před následujícími komunálními volbami (2026). PS4 dokonce uvažovala, že se pokusí rozjet buňku PS na Praze 4, kde ji toto uskupení dosud nemá.

Nakonec jsem si znova poslechl záznamy všech tří povolebních rozhovorů. Odpovědi se (proti těm předvolebním) výrazně opakovaly, a jak již bylo řečeno, fakt, že volby proběhly, z hlediska výzkumných otázek nové zásadní podněty nepřinesly. Na základě tří

¹⁶ SPOLU získala 19 mandátů, ANO 14, Piráti 13, PRAHA SOBĚ 11, STAN 5 a SPD 3. Vládu sestavuje ten, kdo dokáže pomoci většiny – 33 hlasů – odhlasovat primátora a radní. Právě v Radě HMP probíhá hlavní část politické práce a její obsazení je to neklíčovější v rámci politického vedení města. Vzhledem k lichému počtu radních (11) má vždy jeden nebo více subjektů většinu, a může tak prohlasovat prakticky jakékoliv rozhodnutí. Největší boj se tedy vede o obsazení většiny v Radě. Volby 2022 jednoznačně neukázaly na matematicky logické složení Rady ve v podstatě žádné předpokládané kombinaci stran (jako tomu bylo minulé volební období, kdy Radu tvořily 3 subjekty, které měly zcela shodný počet mandátů (13-13-13, Rada pak byla ve složení 3-4-4). V době odevzdání této práce (13. 1. 2023) Praha stále neměla novou koalici ani Radu.

povolebních rozhovorů se tedy potvrdila má předtucha, že všechny výzkumné otázky byly zodpovězené před volbami. Rozhodl jsem se tedy v dalších dodatečných rozhovorech už nepokračovat. „*Vzorek je tedy nasycen, prozkoumali jsme ve vztahu k našemu výzkumnému problému všechny (všechno) a nemá smysl ve výzkumu pokračovat oslovováním dalších aktérů / hledáním dalších zdrojů dat.*“ (Novotná, Špaček, Šťovíčková Jantulová, 2020)

5 Diskuse

Výzkum potvrzuje některé teorie popsané v úvodní teoretické části této práce, zároveň však v jiných momentech jde naopak přímo proti některým z nich. V této kapitole se vracím ke svým výzkumným otázkám a pokouším se na ně odpovědět, a také uvádím shrnutí některých zjištění, která z výzkumu vyplynula, včetně těch, na něž původně nebyl výzkum zaměřen.

V rozhovorech participanti odpovídali na mé otázky ohledně cesty, která vedla k jejich zapojení do kampaně. Výpovědi participantů se dotkly všech tří druhů motivace, jak je uvádí Frič (2001). Motivace participantů výzkumu k angažování se v politické oblasti je stejná či podobná jako motivace k dobrovolnickému angažování. Někteří se začali angažovat z konvenčních důvodů, tedy že je motivují osoby nebo normy nastavené v nejbližším okolí (konvenční motivace). Jiní vnímají svou činnost jako příležitost k vlastnímu sebezdokonalení nebo jako možnost uplatňovat své schopnosti způsobem, který spojuje dobro a jejich vlastní prospěch (reciproční motivace). A další se angažují díky důvěře v politický subjekt a pocitu, že tato činnost je smysluplná a morálně správná (nerozvinutá motivace).

Výzkum ukazuje na vliv prostředí, z něhož participanti pocházejí. Zřejmá je spojitost mezi předchozím angažováním buď v rodině (významně zejména u PS) nebo aktivitou ve vzdělávacích (školních) aktivitách či spolicích (především u SPOLU).

Co se týká míry, v níž je politika tématem konverzací v rodinách participantů, mezi subjekty jsou patrné rozdíly. Zatímco u participantů SPOLU se jedná o doma málo diskutované téma, v rodinách participantů z řad Pirátů a PS jsou diskuse na politická témata časté a samozřejmé. Dovolil bych si to interpretovat tak, že participanti ze SPOLU vnímají politiku spíše jako něco pracovního nebo jako oblast jejich zájmu, kdežto participanti PS a Pirátů by ji zařadili jako inherentní součást komunikace v rodině.

Ačkoliv ve všech rodinách participantů se vyskytoval nebo vyskytuje někdo, kdo zastával či zastává nějakou politickou funkci, považoval bych za příliš odvážné vyslovit přímou souvislost mezi angažováním tohoto člena rodiny a dotyčného participanta. Ze

získaných dat rovněž nelze vyslovit jednoznačný závěr, jak silný dopad na participanty měly vzdělávací (školní) aktivity a spolky.

Pro všechny participanty je však zásadní dřívější zkušenost s politickými tématy (ať už v rodině či ve vzdělávacích aktivitách), na jejímž základě se do politiky, resp. předvolební kampaně, sami pustili.

Jako hlavní cíl své činnosti v kampani participanti uváděli, že se snaží upozornit, že vůbec komunální volby jsou, dále pak ukázat občanům, že „jejich“ subjekt kandiduje, a představit ho v dobrém světle. Participanti ve svých rozhovorech s voliči často uvažují nad různými způsoby, jak motivovat oslovené, aby dali ve volbách hlas (dotyčným participantem preferovanému) subjektu, tj. jak způsobit, že oslovený změní nejenom nějaké pozorovatelné chování (vnější procesy), ale i přemýšlení nad subjekty (vnitřní procesy). Nežřídka se však stane, že tento rozhovor dospěje k přesvědčování.

V popisu své činnosti působí participanti až „submisivně“, tj. svou roli a činnost v kampani vnímají velmi prakticky. Operují se zadaným úkolem (pomoci zvítězit svému subjektu ve volbách) a snaží se ho splnit. Výzkum neprokazuje, že by se participanti účastnili kampaní za účelem vydobýt si v rámci svého subjektu nějaký symbolický kapitál (Bourdieu, 1986), nebo získat politické funkce či závazek ze strany subjektu – dle teorie o daru (Keller, 2017). Nikdo z dotazovaných aktivně nemluví o tom, že by participaci vnímal jako příležitost k získání znalostí či zkušeností sloužících k založení vlastní politické dráhy. Na druhou stranu participanti takovou variantu ani nevyklučují – může na ni dojít někdy v budoucnu. I když to tedy participanti explicitně nepojmenovávají, je možné, že motivace budoucí pozicí v politice na ně alespoň v nějaké míře působí. Skrze participaci poznávají prostředí politiky, kterého si váží a v němž se pohybovali už dříve – ať už v rámci rodinného habitusu nebo dobrovolnicko-politické zkušenosti v mládežnických politických iniciativách.

Všichni participanti připouštějí možnost, že by v budoucnu na nějaký politický post kandidovali. Pro volební subjekty se tak rekrutují budoucí nadějní kandidáti, kteří již prokázali určitou loajalitu vůči danému subjektu a byli kvůli němu ochotní „jít s kůží na trh“.

O kampani si téměř každý participant myslí něco jiného. Nad kampaní jako takovou přemýšlí participant v naprosté většině prakticky, skoro až mechanicky. V tomto případě výzkum neukázal žádné obecně platné vzorce.

V rámci odpovídání na výzkumnou otázku „Čím jsou pro participanty ‚jejich‘ subjekty atraktivní?“ vyšlo najevo, že participant pokládají za velmi důležité interní fungování subjektu. Domnívám se, že to je jeden z hlavních determinantů volby subjektu, do kterého se zapojí. SPOLU přitahuje lidi, kterým vyhovuje zapadnout do stran s delší historií, strukturou a zkušenými politiky. Piráti zase přitahují ty, kterým vyhovuje přímá demokracie, jasně definované a straníkům či registrovaným příznivcům otevřené procesy (např. tvorby programu). PS přitahuje především ty, kteří naopak příliš pevné struktury nehledají, zato staví na osobní důvěře a poctivosti, spolehlivé a přátelské komunikaci mezi kandidáty a dalšími lidmi aktivními v rámci tohoto uskupení.

Většina participantů neuvažuje nad tím, že by změnili subjekt, kterému fandí. Až na jeden případ nevedli, že by nad touto otázkou uvažovali. Jejich vazba k subjektům je velmi pevná a v čase spíše neměnná. Vůbec se zde nepromítá program daného politického subjektu, tj. neplatí, že by se participant rozhodovali podle toho, jak kvalitní ten který volební program je. Celkově politický program není pro participanty důležitým faktorem, avšak nelze říci, že nemá žádný význam. Velmi podstatný je totiž pro participanty způsob jeho tvorby nebo a také konkrétní osoby, které ho následně prezentují a prosazují. Provokativní odpověď na výzkumnou otázku „Co si myslí o volebních programech ‚svých‘ subjektů?“ by teda byla nejspíše *nic*, ale výše popsaný kontext této odpovědi je pro zodpovězení výzkumné otázky klíčový.

Výzkum také na příkladu pohledů na vnitřní prostupnost stran v koalici SPOLU ukázal, že pohled na subjekt zevnitř a zvenčí může být značně rozdílný. Co např. kritizují participant z řad Pirátů nebo PS na SPOLU, vidí participant z řad SPOLU opačně.

Výpovědi aktérů naznačují, že názor participanta na vlastní subjekt závisí do velké míry na nastavení vnitřních (rozhodovacích) procesů uvnitř toho kterého subjektu. (Strany koalice) SPOLU mají víceméně hierarchický systém, u Pirátů rozhoduje široká členská základna (vnitřní přímá demokracie), u PS jsou rozhodnutí činěna na základě konsensuální dohody po neformální diskusi (iniciativa PS nemá ani členské přihlášky). Čím větší možnost

zapojení do rozhodovacích procesů (nebo alespoň pocit, že je mu nasloucháno) participant má, tím pozitivněji „svůj“ subjekt hodnotí.

Odlišnosti mezi subjekty se ukázaly i v tématu propagace subjektu samotnými participanty mezi přáteli. Všichni participanti ze SPOLU aktivně nevyzývají své přátele, aby šli volit tento subjekt, případně to ani nepovažují za vhodné. Participanti z řad Pirátů to sice za nevhodné nepovažují, na druhou stranu se takové osobní propagaci spíše nevěnují. U PS je tato složka přímo jádrem kampaně, tedy pro participanty zcela samozřejmá (podle manažera kampaně PS dokonce morálně hodnotná). Výzkum tak ukazuje, že pro některé participanty je kampaň určitou součástí jejich vlastní identity, kterou tak otevřeně ostatním odhalují, jiní identitu participanta a svou vlastní naopak spíše oddělují.

Ani druhé kolo rozhovorů (se třemi ze 12 zúčastněných participantů) po volbách nepřineslo žádná další zjištění, která by byla relevantní pro zodpovězení výzkumných otázek (oproti prvnímu, předvolebnímu kolu rozhovorů).

Pro účely této práce považuji za vhodné provést reflexi procesu tvorby této práce a postavit proti sobě očekávání, která jsem měl na počátku výzkumu, a kritický pohled na jeho výsledek.

Předně k mé pozici výzkumníka a zároveň aktivního účastníka kampaně PRAHY SOBĚ. Na začátku jsem měl velké obavy, že má pozice do výzkumu významně zasáhne. Při kritické analýze bych ale pojmenoval pouze dvě věci, na které měla – dle mého názoru – tato skutečnost vliv.

Zaprvé mám za sebou díky svému angažmá v PS mnoho a mnoho diskusí o tom, jak volební kampaň vést, jak komunikovat s veřejností, reflektovat komunikaci v týmu, získávat dobrovolníky atd. Ve směru, jímž se výzkum ubíral, jsem vedle mně známých a prodiskutovaných oblastí mohl minout nějakou oblast, kterou případně jiné dva subjekty považují za podstatnou. Je ale pravdou, že participanti dostali možnost doplnit ke svým odpovědím, resp. svému angažování v kampani cokoli, co považují za podstatné, ale v rozhovoru na to nedošlo – ani jeden z nich si nic takového nevybavil.

Zadruhé se mé angažmá v PS projevilo při rozhovoru s PS3, který mi jako bezmyšlenkovitou odpověď na otázku „Píšeš svým kamarádům, aby volili PS?“ odpověděl „No, asi bych mohl víc.“ V jeho odpovědi se v tu chvíli pravděpodobně projevilo fakt, že jsem to byl já, od něž v poslední době dostal několik výzev ke zvýšení aktivity v kampani. PS je totiž součástí skupiny dobrovolníků, kterou mám jako koordinátor vybízet k aktivitě. V tu chvíli jsem musel dotyčného upozornit, aby se pro tento výzkum snažil nebrat ohled na mou pozici koordinátora dobrovolníků PS, ale přistupoval ke mně jako k výzkumníkovi.

Jinak se ale nedomnívám, že by participanti má pozice negativně ovlivnila nebo výzkum zásadním způsobem znevěrohodnila. Odpovědi participantů jsem se snažil přijímat věcně, bez hodnotících postojů, rozhovory probíhaly v přátelské atmosféře i u participantů, s nimiž se názorově či hodnotově rozcházíme.

Byl jsem mírně překvapen velmi nízkým počtem participantů (tj. lidí, kteří se do kampaně zapojují, ale sami na žádný post nekandidují) napříč politickými subjekty. Poměrně brzy jsem si ale uvědomil, že tento fakt je dán samotnou povahou komunálních voleb, kdy je třeba postavit opravdu velké množství kandidátů. Výzkumný vzorek se sice podařilo naplnit, ale pokud bych stál o to, aby byl širší, bylo by nutné rozšířit kritéria výběru vzorku na podmínku „nekandidují, nebo alespoň kandidují na nevolitelném místě“. V takovém případě by však bylo k diskusi, které místo na kandidátce volitelné je, a které už nikoliv.

Někteří participanti potvrdili můj pohled na význam politického programu jednotlivých subjektů. Sám se domnívám, že program není rozhodně zbytečný, mnohem větší důležitost však přikládám kvalitě politických kandidátů. Nikdo neočekával, že nastane covidová pandemie, případně že začne válka na Ukrajině. Obě tyto události výrazně zahýbaly s politickou i ekonomickou situací, ale ani jedna ze stran o nich pochopitelně v programu neměla vůbec nic. V takových chvílích není zásadní, co je napsáno v programu, ale jak se politici k nastalé situaci dokážou postavit a reagovat na ni.

V projektu této práce jsem měl v plánu mj. výzkumná zjištění porovnávat s různými dokumenty a programy stran. Postupně, jak práce pokračovala, začalo být zřejmé, že tato část plánu je v rámci rozsahu bakalářské práce nereálná. (Po zpracování práce si rovněž kladu otázku, jakým způsobem, příp. zda vůbec by bylo možné takové porovnání učinit.)

I tak přináší výzkum velmi zajímavá zjištění a v budoucnu – například v rámci diplomové práce – je jistě možné práci rozšířit.

Sepsáním bakalářské práce jsem se mnoho naučil, práce mě přiměla vyjít ze známého a důvěrného prostředí PRAHY SOBĚ a podívat se na volební kampaň a na politiku jako takovou z širšího kontextu. Domnívám se, že tento výzkum nakonec přinesl užitek i samotným participantům, neboť jsem jim některými otázkami nasadil „brouka do hlavy“, když jsem jim kladl otázky, které by si sami nepoložili. Pro rozvoj demokracie v ČR považuji za důležité, aby všichni, kteří se věnují veřejným, resp. politickým aktivitám, měli pro to promyšlené, dobře odargumentované důvody. Věřím, že předkládaná práce v tomto ohledu přináší pozitivní efekt.

6 Závěr

Předkládaná bakalářská práce se věnuje tématu názorů a postojů lidí participujících na politických kampaních. Hlavním cílem práce je popsat pohled participantů pražské kampaně do komunálních (vč. magistrátních) voleb 2022 na kampaň jako takovou, na subjekty, které tito osobně podporovali, a také rozšířit a prohloubit znalosti o motivacích participantů k zapojení do kampaně. Dalším cílem je popsat, zda se participanti a jejich výpovědi napříč subjekty v něčem liší, případně zda mají naopak něco společného (poznat kampaň „zevnitř“). Tyto cíle se podle mého názoru práci daří – na základě rozboru dvanácti polostrukturovaných rozhovorů s participanty – úspěšně naplnit.

Práce je zpracována v rámci čtyř klíčových částí, teoretické, metodické, analytické a v části diskuse.

Teoretická část je zakotvena v sociálně konstruktivistickém paradigmatu dle Bergera s Luckmannem. Na ně navazuje teorií kapitálů a společenské diferenciaci dle kapitálu Bourdieu. S tímto zakotvením dále teoretická část vymezuje koncepty dobrovolnictví, kampaně, motivace, občanské společnosti a osvětluje kontext kampaně do pražských komunálních voleb 2022. Tyto koncepty pak dále uplatňuje v analytické a zejména diskusní části.

Metodická část je následně zaměřena na popis cíle výzkumu a výzkumných otázek. Vysvětluje přístup k výzkumné strategii a technice sběru dat, výběru vzorku a prostředí výzkumu, kritériím výběru, popisu analytických postupů a etických otázek výzkumu.

Participantů výzkumu byli vybráni dle stanovených kritérií, především podmínky, že v těchto volbách nekandidují. Nalezení byli pak pomocí účelového výběru a následného nabalování. Se všemi byl veden jeden polostrukturovaný rozhovor, se snahou o podporu narativního výkladu ze strany participanta, aby byli participantů co nejméně naváděni výzkumnými otázkami. Tyto rozhovory byly doslovně transkribovány a otevřeně kódovány, se zvláštní citlivostí k tématům spojeným s výzkumnými otázkami. Tato témata následně tvoří základ struktury analytické části.

Analytická část se pak věnuje zodpovězení výzkumných otázek prostřednictvím analýzy rozhovorů s participanty. V každém tématu práce shrnuje možné pohledy participantů, popisuje shodu či míru, do jaké se odpovědi rozcházejí a jakým způsobem. Tam, kde to je relevantní, práce dokládá tvrzení uvedením citací participantů a tam, kde teorie pomáhala osvětlit jednotlivá tvrzení, vrací se a používá teorii z úvodu části práce.

V diskusi se pak práce pokouší sjednotit a přehledně představit, jaké závěry z analýzy vyplývají. I naopak, jaké otázky zodpovědět na základě rozhovorů nelze. Toto shrnutí opět propojuje s teoretickou částí v úvodu a detailněji shrnuje trendy a rozpory jednotlivých výpovědí mezi participanty jednotlivých stran.

V tomto kontextu jsem rovněž pokládal za důležité se ještě jednou vrátit k reflexi mé situace jakožto výzkumníka. Jak moje situovanost – zejména aktivní podporou jednoho z politických subjektů, kterých se práce týká – vstupovala do výzkumu a do následného psaní. Výstupem práce je komparace různých výše popsaných českých i zahraničních teoretických konceptů s výpověďmi participantů. Tato komparace ukazuje jak potvrzení některých uvedených teorií, tak i rozpor s některými z nich.

Lze tak stručně shrnout, že motivace participantů angažovat se ve volební kampani je stejná, jako motivace k dobrovolnictví dle rozdělení Pavola Friče. Téměř u všech participantů předcházelo jejich zapojení v politice politické „podhoubí“, a to buď v rodině, kde se o politice často a vážně debatovalo, nebo na škole, kde se participanti zúčastnili různorodých dobrovolných aktivit blízké politice. Mnozí z participantů rovněž mají nebo v minulosti měli příbuzného, který je či byl v politice aktivní, ovšem z jakého subjektu angažovaný příbuzný je, se ukazuje jako spíše irelevantní – za důležité pro jejich aktivizaci v politice to nepovažují, a to ani ve volbě subjektu participanta.

Participanti při otázce na jejich cíle, proč se angažují, zmiňují především cíle kampaně, které se snaží pomoci. Hlavním cílem kampaně, podle nich, je pak vůbec upozornit na to, že se budou konat volby. Představit „jejich“ subjekt v dobrém světle nebo motivovat osloveného, aby „jejich“ subjekt volil, je až sekundární cíl.

Všichni participanti zvažují nebo alespoň nevyklučují kandidaturu v budoucnu. Při hodnocení toho, co se participantům na „jejich“ subjektech líbí, se ukazuje, že spíše než

ideová orientace nebo program je pro participanty důležité interní fungování „jejich“ subjektu. Obsah programu „jejich“ subjektu pro participanty není důležitý, spíše ho považují za jeden z mnoha parametrů, které je třeba při přemýšlení o volebních subjektech brát v úvahu.

Jedno z klíčových témat, jak se je svému subjektu vztahují, pak představuje také struktura organizace, hierarchie (či její nepřítomnost) v subjektu. Zatímco participanti SPOLU oceňují historii, pevnou strukturu, hierarchii a systém odpovědností „tradičních“ stran, voliči Pirátů oceňují prvky přímé demokracie a PS otevřené organizace. Práce pak popisuje, jak právě struktura a hierarchie může sloužit jako jeden z hlavních prvků při výběru subjektu, do kterého se chtějí zapojit.

Participanti se tak spíše identifikují s již zvolenou stranou a nezvažují možnost, že by podpořili stranu jinou. Stali se aktivními mimo jiné díky své proaktivní minulosti – politika byla významným tématem v domácnosti nebo v mimoškolních aktivitách – ovšem podněty, které vedly participanty k aktivnímu vstupu do světa politiky v dospělém životě, byly různorodé.

Navzdory malému vzorku bakalářská práce kvalitativně odhaluje, co stojí za motivací lidí zapojit se do kampaně, ukazuje možnou pestrost výpovědí i načrtává určité trendy. Na výzkum je pak možné jistě navázat jiným vzorkem k potvrzení či vyvrácení uvedených závěrů, výzkumem dobrovolníků jiných stran a samozřejmě kvantitativním výzkumem, který může při formulaci otázek vycházet z informací v této práci.

Literatura

ANDREONI, J. 1990. *Impure Altruism and Donations to Public Goods: A Theory of Warm-Glow Giving*. The Economic Journal. Oxford University Press (OUP) [online, cit. 2023-10-01]. Dostupné z: <https://doi.org/10.2307/2234133>

BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. 1999. *Sociální konstrukce reality*. 1. Vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN: 8085959461.

BOURDIEU, Pierre. 1977. *Outline of a Theory of Practice* (Vol. 16). Cambridge: Cambridge University Press.

BOURDIEU, P. 1986. *The forms of capital*. In: Richardson, J., Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. Westport, CT: Greenwood: 241–58.

CUHRA, J. et al. 2006. *České země v evropských dějinách*, díl IV. Praha: Paseka.

DVOŘÁKOVÁ, Tereza, STÖCKELOVÁ, Tereza a Yasar ABU GHOSH, (ed.). 2013. *Etnografie: improvizace v teorii a terénní praxi*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-148-0.

FRIČ, Pavol. 2001. *Dárcovství a dobrovolnictví v České republice*. Praha: NROS, AGNES. ISBN 80-902633-7-2

FRIČ, Pavol (ed.). 2016. *Občanský sektor v ohrožení?* Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). DSpace at University of West Bohemia [online]. Copyright © Západočeská univerzita v Plzni [cit. 2023-10-01]. Dostupné z: <https://dspace5.zcu.cz/handle/11025/26227>

GIDDENS, Anthony. 1999. *Sociologie*. 1. Vyd. Praha: Argo. ISBN 80-7203-124-4.

GROSS, Lukáš, kandidát do zastupitelstva Nové Vsi na Moravě, VONDRA, Radek, kandidát do zastupitelstva MČ Praha 14 [ústní sdělení]. Praha, červen 2022.

HAN, Hahrie, McKENNA, Elizabeth. 2015. *Groundbreakers: How Obama's 2.2 Million Volunteers Transformed Campaigning in America*. New York, NY: Oxford University Press. 269 s. ISBN 9780199394593

HENDL, J. 2005. *Kvalitativní výzkum. Základní metody a aplikace*. Praha: Portál.

HEYWOOD, Andrew. 2013. *Politics*. 4. Vyd. Praha: Folio. ISBN 978-0-230-36338-0.

JANSOVÁ, Kateřina. 2015. *Jiný přístup k politice nebo mocenské bariéry? Příčiny nepřímé úměry mezi procentním zastoupením političek a mocenským významem politické funkce*. Praha. 84 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií. Katedra politologie. Vedoucí diplomové práce PhDr. Jitka Gelnarová, PhD.

Junák – český skaut, z. s. 2018. *Skautů v Česku je 60 000, Junák – český skaut roste už 12 let!*, posl. Změna: 25. únor 2018 [cit. 2022-09-09]. Dostupné z: <https://www.skaut.cz/skautu-v-cesku-je-60-000-junak-cesky-skaut-roste-uz-12-let/>

KAUFMANN, Jean-Claude. 2010. *Chápající rozhovor*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-033-9.

KELLER, Jan. 2017. Dar. In: *Sociologická encyklopedie* [online]. Naposledy editováno 11. 12. 2017 v 17:01 [cit. 2022-09-09] Dostupné z <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Dar>

KOTLER, Phillip. 2004. *Marketing*. Praha: Grada. 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2

Metodika realizace a podpory dobrovolnických center v ČR. 2022. In: mvcr.cz [online]. Praha, posl. Změna: 29. července 2022, [cit. 2022-09-09]. Dostupné z: <https://www.mvcr.cz/soubor/20220831-accendo-rozvoj-dobrovolnictvi-v-cr-metodika-realizace-a-podpory-dobrovolnickych-center-v-cr-pdf.aspx>

Milion chviliek, z. s. 2022. *Odpovědi na často kladené dotazy*. Posl. Změna: 20. duben 2022 [cit. 2023-01-10] Dostupné z: <https://milionchviliek.cz/faq#kttere-strany-jsou-podle-vas-demokratice>

NOVOTNÁ, Hedvika, ŠPAČEK, Ondřej a ŠTOVÍČKOVÁ JANTULOVÁ, Magdalena. 2020. *Metody výzkumu ve společenských vědách*. 1. Vyd. Praha: Fakulta humanitních studií. 496 s. ISBN 978-80-7571-025-3.

PRAHA SOBĚ. 2022. *PRAHA SOBĚ posiluje*, posl. Změna: 20. červenec 2022 [cit. 2022-09-09] Dostupné z: <https://prahasobe.cz/blog/2022/07/20/praha-sobe-posiluje-podali-jsme-kandidatku/>

SKOVAJSA, Marek. 2010. *Občanský sektor: organizovaná občanská společnost v České republice*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-681-0.

SMITH, Adam. 2009. *The Theory of Moral Sentiments*. Penguin Books. e-ISBN 978-1-101-46001-6

SOUKUP, Jan. 2020. *Motivační rozhovory v praxi*. Vydání druhé. Praha: Portál. ISBN 978-80-262-1705-3.

TOŠNER, J., & SOZANSKÁ, O. 2006. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. Praha: Portál.

VÉVODA, Jiří. A kol. 2013. *Motivace sester a pracovní spokojenost ve zdravotnictví*, 1. Vydání. Praha: GRADA Publishing a.s., 160 s., ISBN 978-80-247-4732-3.

Volby.cz [online]. Praha: Český statistický úřad. 2020 [cit. 2021-04-22]. Dostupné z: <https://volby.cz/>

VRÁBLÍKOVÁ, Kateřina. 2009. *Politická participace a její determinanty v postkomunistických zemích*. Sociologický časopis-Czech Sociological review. Praha: Sociologický ústav AV ČR, roč. 45, č. 5, s. 867-897. ISSN 0038-0288.