

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Diplomová práce

Bc. Diana Dubová

Role vzhledu při volebním rozhodování

The impact of image on voting behavior

Praha 2018

Vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Buriánek, CSc.

Poděkování

Děkuji docentu Jiřímu Buriánkovi za ochotu vést danou diplomovou práci, za vědecký elán, připomínky a čas, který se mnou a nad daným tématem strávil. Také děkuji za vyjádření názorů všem respondentům, kteří se účastnili dotazníkového šetření k úplnému závěru, vím, že vzhledem k jeho délce to nebylo snadné.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne 26. 7. 2018

Diana Dubová

Abstrakt

Diplomová práce se zabývá rolí vzhledu ve volebním rozhodování za přítomnosti politických informací a se zohledněním charakteristik voličích. V teoretické části jsou představeny uskutečněné experimentální výzkumy a výzkumy reálných voleb, které se zabývají vzhledem politických kandidátů. Výsledky poukazují na přítomnost stereotypního uvažování ve volebním rozhodování, na vliv vzhledu atraktivních kandidátů a vnímané kompetence, které mají převážně pozitivní vliv na volební úspěšnost, na negativní hodnocení kandidátů s vyšší vahou a na rozporuplné hodnocení etnického původu a genderu politických kandidátů. Z uskutečněného výzkumu vyplynulo, že při volbě politických stran je podstatný politický program, sdílené hodnoty a osobnosti v čele politických stran, ve fiktivních volbách získal největší šanci na zvolení kandidát se stejným postojem k politickému tématu. Nicméně vzhled politických kandidátů má vliv na úspěšnost kandidátů i za přítomnosti politických postojů a zohlednění charakteristik respondentů. Preferována je atraktivita kandidáta a vzeřené kompetence, které je řízeno atraktivitou a starším věkem. U politických kandidátů je preferován příjemný vzhled, patřičné oblékání, sebeovládání, řečnická obratnost a spořádané rodinné poměry; negativně je vnímána obezita, nekonformní vzhled a politické skandály.

Klíčová slova

Volební rozhodování, politická image, první dojem, vzhled, atraktivita, kompetence, váha, věk, etnicita, politický postoj, politická strana

Abstract

The diploma thesis is focused on the role of appearance in electoral decision making in the presence of political information and voters' characteristics. In the theoretical part experimental researches and real elections researches, which are focused on the appearance of political candidates, are presented. The results highlight the presence of stereotyped thinking in electoral decision making, the influence of the appearance of attractive candidates and the perceived competencies, that have a predominantly positive effect on electoral success, the negative evaluation of candidates with higher weight, and the inconsistent evaluation of ethnicity and gender of political candidates. Current research has shown that a political program, shared values and personalities at the head of political parties have been selected in the elections of political parties, and in the fictitious elections the candidate with the same political attitude has the greatest chance of success. However, the appearance of political candidates affects the success of candidates even in the presence of political attitudes and the characteristics of the respondents. Preferred is the attractiveness of the candidate and the appearance of competence, which is controlled by attractiveness and older age. A nice look of political candidates is preferred, appropriate dressing, self-control, rhetoric and proper family circumstances; obesity, non-conforming appearance and political scandals are negatively evaluated.

Keywords

Electoral decision making, political image, first impression, appearance, attractiveness, competence, weight, age, ethnicity, political stance, political party

Obsah

Úvod	6
I. Teoretická část.....	7
1 Politika vnímání a politická image.....	7
2 Volební rozhodování.....	9
2.1 Politická strana, postoje k politickým tématům a vzhled kandidátů	9
2.2 Atraktivita a kompetence politických kandidátů	16
2.3 Etnicita a barva pleti politických kandidátů.....	23
2.4 Gender politických kandidátů	28
2.5 Váha politických kandidátů	34
2.6 Věk, inkumbence, nestrannost a jiné charakteristiky	37
II. Empirická část	40
3 Metodologická část.....	40
3.1 Výzkumné otázky a formulace hypotéz.....	40
3.2 Design výzkumu	42
3.3 Sběr dat.....	45
3.4 Metody analýzy.....	46
4 Výsledky analýzy dat.....	48
4.1 Sociodemografické a politicky zaměřené informace o respondentech.....	48
4.2 Faktory rozhodování při volbě politických stran	54
4.3 Hodnocení politických kandidátů a kandidátek na základě vzhledu	59
4.4 Politická témata.....	67
4.5 Fiktivní volby politických kandidátek a politických kandidátů.....	71
4.6 Atributy důležitosti a vhodnosti u politických kandidátů	83
4.7 Zohlednění politické strany.....	90
5 Diskuze	92
5.1 Faktory rozhodování při volbě politických stran.....	92
5.2 Hodnocení politických kandidátů a jejich umístění ve fiktivních volbách....	94
5.3 Vybrané vlastnosti politických kandidátů.....	101
5.4 Zhodnocení uskutečněného výzkumu.....	104
Závěr	106
Seznam použitých zdrojů a literatury	108
Přílohy	117

Úvod

„Chce-li politik získat voliče na svou stranu, neukazuje jim na předvolebním shromáždění politický program, ale ...“ Původní citát pochází od spisovatelky Zdeňky Ortové, každý si jej ale doplní jinak. Za účelem této práce je vhodným doplněním *„... sám sebe“*. Vzhled a image politika jsou podstatnou částí politického marketingu a kampaní politických stran. Volič není tímto nedotknut, z analýz uskutečněných voleb se objevují výsledky, že vzhled a atraktivita politických kandidátů mohou dopomoci k volebnímu úspěchu.

Důležitost daného tématu tkví ve skutečnosti, že volebnímu rozhodování je člověk vystaven po pár letech znovu a s největší pravděpodobností nečiní při každých volbách racionální zdůvodnění založené na podrobných informacích o volebním programu politických stran či na představách politických kandidátů. K zohlednění vzhledu a image politických kandidátů při volebním rozhodování přispívá z jedné strany marketing politických stran a z druhé strany neinformovanost, případně i zahálčivost voličů.

V této práci je mým záměrem upozornit na roli vzhledu a stereotypního myšlení ve volebním rozhodování, předložit výsledky z uskutečněných experimentálních výzkumů a analýz reálných voleb, které se vzhledem kandidátů zabývají. Ve druhé části prezentuji vlastní výzkum zohledňující faktory volebního rozhodování, hodnocení vzhledu a vlastností politických kandidátů a výsledky z fiktivních voleb, ve kterých je respondent postaven před nutnost výběru na základě fotografií kandidátů a jejich politických postojů. Cílem mé práce je zjistit, jaká je role vzhledu v politickém rozhodování se zohledněním politických informací a charakteristik voličů.

I. Teoretická část

1 Politika vnímání a politická image

„Politika se během posledních několika let proměnila v politiku vnímání, jako odpověď na komerci, globalizaci a vizuální kulturu, ve kterých masová a nová média hrají důležitou roli“ (De Landtsheer, De Vries & Vertessen, 2008, s. 219). Média byla a jsou klíčová, neboť zprostředkovávají komunikaci mezi politickými kandidáty a případnými voliči, propagují mediální obraz daných kandidátů. Za podstatnou změnu, která přispěla ke změně vnímání politické soutěže a k přesvědčení o důležitosti osobnosti kandidátů, bylo považováno televizní vysílání politických debat (Baird, 2003).

Již v minulosti idea politické éry zněla, že vzhled politických kandidátů a styl mluvy tvaroval jejich image a image měla významný dopad na šance kandidátů na zvolení (Rosenberg, Bohan, McCafferty & Harris, 1986). Současné politické kampaně jsou založeny „na předpokladech, že na vzhledu záleží a že manipulace s image může vyhrát volby“ (Johns & Shephard, 2007, s. 436). Danou skutečnost dokládají i zvyšující se sumy vydané za volební kampaně, reklamu a zdokonalování image kandidátů prostřednictvím využívání jazyka a technik marketingu (Hoegg & Lewis, 2011). „V současné době je volební chování ovlivněno problémy prezentovanými kandidátem a osobními charakteristikami vytvářejícími jeho image“ (Falkowski & Michalak, 2014, s. 89).

V daném kontextu je širěji diskutováno o personalizaci politiky, která zohledňuje situaci, ve které se osobnosti politických stran staly důležitějšími než samotné politické strany a témata, kterými se politická strana zabývá (Blondel, 2008). Důležité vodítko pro rozhodování voličů není závislé pouze na politickém programu či stranické příslušnosti kandidátů, ale do popředí se vkrádá i osobnost a fyzický vzhled jedinců.

V současné době je personalizace patrná ve zviditelnění členů politických stran ve volebních kampaních, na billboardech a na reklamních předmětech, v médiích, na sociálních sítích, jako součásti politického marketingu politických stran. Dané tendence mohou vést až k privatizaci a celebratizaci politiky (Brettschneider 2002; Street 2003). Negativní dopad této situace je viděn v diskriminaci a ve „vyprazdňování“ politiky samotné. Při volebním rozhodování je volič odkláněn od racionálního rozhodnutí podloženého volebním programem politických stran a jeho pozornost je směřována na jednotlivé osobnosti v čele politických stran.

2 Volební rozhodování

2.1 Politická strana, postoje k politickým tématům a vzhled kandidátů

Regulérně je volič považován za racionální bytost, která odůvodňuje svá volební rozhodnutí, a za hlavní determinanty volebního chování jsou pokládány stranictví, ideologie a obecné posouzení situace v konkrétní zemi (Sides & Vavreck, 2013). Daná vidina voliče ale nemusí odpovídat realitě. Účast ve volbách postupně klesá, před rokem 2000 dosáhla volební účast přes sedmdesát procent, nyní volební účast činila kolem šedesáti procent (ČSÚ, 2018). Lidé jsou skeptičtí vůči názoru, že svým hlasem mohou změnit situaci, čímž klesá i zájem o politiku. V českém výzkumu uvedlo 24 % respondentů zájem o volební program politických stran, 40 % zájem v omezené míře (především politických stran, které plánují volit) a 36 % respondentů uvedlo, že se volebními programy politických stran nezabývá. Nejčastějším důvodem nezájmu bylo znechucení politikou, druhým důvodem byla obsáhlost a nepřehlednost volebních programů (STEMMARK, 2017).

Diskuze o vytváření politických preferencí a dojmech voličů jsou stále předmětem zájmu badatelů, neboť zůstávají do určité míry nejasné i přes velké množství provedených experimentálních výzkumů a analýz uskutečněných voleb. „Lidé hlasují na základě svých hodnot nebo politického programu, jiní spíše na základě slibů politiků, další se nechají ovlivnit osobním kouzlem kandidáta“ (Štědroň, Potůček, Prorok, Landovský & Říha, 2013, s. 38).

Vzhledem ke skutečnosti, že výzkumník není schopen proniknout do černé skříňky rozhodovacího procesu voliče, k porozumění přispívají experimentální studie. Americký výzkum zaměřený na proces zpracování informací při volebním rozhodování využil nejprve pozorování debaty politického kandidáta s příznivou, či nepříznivou image, a následně respondentům poskytl informace o politickém programu. Kandidátův styl řeči

ovlivnil závěry respondentů o jeho atraktivitě, schopnostech řečníka, síle, upřímnosti, kompetentnosti, vůdcovství a sympatičnosti. Pokud kandidátův styl řeči a osobní charakteristiky byly hodnoceny příznivě, byl kandidát považován za vhodného reprezentanta do US Kongresu. Podobný vliv měl i souhlas s politickými otázkami a ideologií. Při shodě názorů respondenta a kandidáta byl politický kandidát hodnocen příznivě v osobnostních charakteristikách kompetentnosti, upřímnosti, vůdcovství a sympatičnosti. Nicméně vliv kandidátovy image na jeho hodnocení se časem snižoval. Pokud respondenti slyšeli politický program kandidáta ihned po debatě, zakládali svá rozhodnutí o volbě kandidáta na ideologii, pokud slyšeli program po 24 hodinách, rozhodovali se na základě postojů k politickým problémům (Wyer et al., 1991).

Signifikanci politické ideologie a stranické identifikace ve volebním rozhodování podporují i mnohé výzkumy (například Bartels, 2000; Chytilík, Eibl, Hrbková, Zagrapan & Janovsky, 2016; Highton, 2004; Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992; Smith & Fox, 2001). Dle výsledků amerického experimentálního výzkumu se při hodnocení jednoho kandidáta zaměřila pozornost voliče na postoje k politickým problémům, při porovnávání dvou kandidátů bylo finální rozhodnutí uskutečněno pomocí příslušnosti kandidáta k politické straně (Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992). Politická strana a ideologie se stávají hlavním prediktorem při větším množství kandidátů a při nedostatku času na rozhodování, nebo při malém množství informací, kdežto pokud volič zvažuje volbu samotného kandidáta/samotné kandidátky a má dostatek prostoru na jeho/její zhodnocení a zpracování získaných informací, jsou relevantní především postoje kandidáta/kandidátky k určitému politickému tématu.

Analýza uskutečněných amerických voleb z let 1988 až 1992 také prokázala nejsilnější vliv politické strany a ideologie do senátních voleb i do Sněmovny reprezentantů. Významného vlivu dosahovalo i množství osobního a mediálního kontaktu voliče s politickými kandidáty. Čím vyšší byl daný

kontakt, tím vyššího úspěchu dosahoval kandidát/kandidátka ve volbách (Smith & Fox, 2001). Je pravděpodobné, že při získávání více informací se kandidát/kandidátka voliči stává bližší a zároveň se volič utvrzuje ve své volbě a úsudku.

Při orientaci na proces politického rozhodování je důležité zohlednit především danou situaci – počet politických kandidátů a jejich příslušnost k politickým stranám, diferencovanost postojů k politickým tématům, informovanost voličů a množství času na zpracování informací. V případě podobnosti volebního programu politických kandidátů či politických stran nebo menší informovanosti voličů, se voličům nedostávají racionální komponenty pro rozhodování a zohledňují „extra-programové faktory“ (Cwalina & Falkowski & Kaid, 2000, s. 120). Jednou z daných kognitivních zkratk je vzhled politického kandidáta, neboť přináší snadno dostupné a nenáročné kritérium, dle kterého může být kandidát/kandidátka posuzován/a. Z daných důvodů může mít roli v tvorbě volební preference atraktivita, etnicita, gender, věk či jiná fyzická charakteristika kandidátů. V některých zemích je důležitost vzhledu také podporována fotografií kandidátů na volebních lístcích.

Některé analýzy realizovaných voleb ukazují na nízký, leč signifikantní vliv fotografií kandidátů na volební rozhodnutí. Ve výzkumu anglických voleb političtí kandidáti s fotografií získali vyšší volební výsledky oproti kandidátům bez fotografie. Zároveň kvalitnější fotografie přinášela kandidátům lepší volební výsledky (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008). V analýze dánských voleb fotografie kandidátů s přírodním pozadím znamenala pro kandidáty menší volební úspěch oproti různě barevným pozadím fotografie (Laustsen, 2014). Také v amerických experimentálních volbách se projevil vliv fotografie. Vzhledově zvýhodnění kandidáti měli sklon získávat prospěch při zveřejněné fotografii na volebních lístcích, zatímco vzhledově znevýhodnění kandidáti měli sklon při zveřejněné fotografii ztrácet podporu respondentů (Ahler, Citrin, Dougal & Lenz, 2017).

Na využití vzhledu jako kognitivní zkratky působí mnoho proměnných. Mezi základní determinanty lze zařadit typ voleb, sílu stranické identifikace voliče, jeho vzdělanost a informovanost.

Fyzický vzhled může být důležitý ve volbách, kdy jsou odlišnosti v postojích k problémům a v ideologii mezi kandidáty nediferencované. V USA je fyzický vzhled důležitý v primárních volbách, ve kterých jsou odlišnosti v ideologii a postojích k problémům nepatrné (Schubert, Curran & Strungaru, 2011). Výsledky z amerického výzkumu danou skutečnost podporovaly, neboť v obecních volbách byly vzdělaní voliči proti efektu vzhledu kandidátů imunní, ale v primárních volbách kandidátův vzhled působil na vzdělané i stranicky identifikované voliče (Ahler, Citrin, Dougal, Lenz 2017).

Z obráceného úhlu pohledu je ignorace vzhledu kandidáta a silné zaměření na politické informace pozorovatelné především u osob se silnou stranickou identifikací. Například americký výzkum, který podpořil signifikantní vliv politické ideologie a postojů k politickým otázkám a zamítl vliv vzhledu kandidáta, zahrnul do své metodologie pouze silně ideologické a stranické respondenty (Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992). V jiném výzkumu simulovaných voleb zahrnujících širší spektrum respondentů, voliči, jejichž stranická identifikace byla silnější, byli méně ovlivněni vzhledem kandidáta než stranicky neutrální a slabě straničtí voliči (Ahler, Citrin, Dougal, Lenz 2017).

Na využití vzhledu jako kognitivní zkratky může mít i vliv množství času, který má volič k vytvoření volebního rozhodnutí. Matson a Fine zkoumali specifickou volební situaci v listopadu 1996 na Floridě, kdy byly vytvořeny nové politické pozice a volbám nebyla věnována mediální pozornost. Voliči neměli dostatek času a možností na zjištění politických informací o politických kandidátech. Nejdůležitějšími vodítky pro jejich rozhodování se stala jména na volebních lístcích. Rozhodovali se dle pohlaví a etnicity politických kandidátů,

zatímco pořadí kandidáta na volebním lístku nemělo vliv (Matson & Fine, 2006).

Autoři výzkumů předpokládají, že jedinci, kteří spoléhají na fyzický vzhled při volebním rozhodování, mají nedostatek znalostí a informací, jsou apatičtí a více diskriminují. V australském výzkumu reálných voleb respondenti s nízkým zájmem o politiku přikládali vyšší významnost atraktivitě kandidátů na rozdíl od angažovaných voličů (King & Leigh, 2009). Na danou problematiku se více zaměřily americké výzkumy. Lenz a Lawson shledali, že respondenti, kteří využili vzhled jako kognitivní zkratku ve fiktivních guvernérských i senátních volbách a preferovali kandidáta, který vypadal více atraktivněji či kompetentněji, byli častěji jedinci s nízkou politickou znalostí (Lenz & Lawson, 2011). Danou skutečnost potvrdil i nedávný americký výzkum, z výsledků bylo patrné, že efekt atraktivity byl významně vyšší u respondentů s nízkou znalostí politiky oproti respondentům s vyššími politickými znalostmi, kde efekt krásy nepůsobil téměř vůbec (Ahler, Citrin, Dougal & Lenz, 2017).

Vzhled kandidátů se může stát důležitým i z pohledu příslušné politické strany, zejména konzistence image politických kandidátů a politických stran. V případě souladu image politického kandidáta/politické kandidátky s image politické strany kandidát/kandidátka přijímá pozitivní efekt ve volební soutěži. Americký výzkum naznačil, že politické strany jsou provázány s různými vlastnostmi, Demokratická strana je spojována s inteligencí a Republikánská strana s kompetencí. Jestliže byl politický kandidát označen za člena Republikánské strany a vzbuzoval dojem kompetentnosti, byl respondenty více preferován a zároveň byl odolný vůči negativní reklamě (Hoegg & Lewis, 2011).

Z výše uvedeného je patrné, že při dostupnosti údajů o politické straně a diferencovanosti postojů k daným tématům se role vzhledu politických kandidátů oslabuje. Vizuální informace se ale mohou stát signifikantními při

získání negativního prvního dojmu. Při negativním posuzování se podstatně zvyšuje mozková aktivita hodnotícího, vzhledem k rozhodnutí voličů má negativní posudek větší efekt (Spenzio et al., 2008). Doklad vlivu negativního zobrazení politických kandidátů přinesl americký výzkum, který simuloval novinové zprávy o fiktivních politických kandidátech do US Kongresu se zmínkami o různém zobrazení vzhledu. Výzkum přinesl zjištění, že významný efekt na respondenty měla nevhodná úprava vzhledu (looking disheveled and sloppy in an ill-fitting navy blue suit and tattered red scarf), neboť snižovala voličovo hodnocení profesionality a příznivosti kandidátů bez ohledu na pohlaví. Ve výzkumu pozitivní (looking fit and stylish) a neutrální vzhled politických kandidátů neměl žádný efekt (Hayes, Lawless & Baitinger, 2014).

Negativní úsudek si lze lehce vytvořit a následky mohou výrazně ovlivnit celkový dojem a preferenci kandidátů. V americkém výzkumu zaměřujícím se na manipulaci zpráv z novin bylo zjištěno, že při identickém neutrálním článku fotografie může ovlivnit dojem z kandidáta a názor na jeho potenciální zvolení. Při nepříznivé fotografii (rozčílený kandidát obklopený reportéry) by volilo kandidáta 20 % respondentů, při příznivé fotografii (usmívající se kandidát, stojící vedle atraktivní manželky, podávající ruku ženské podporovatelce) by jej volilo 46 % respondentů a pouze na základě novinového článku bez fotografie 32 % respondentů. Statisticky významná diference se projevila v reakci na nepřítomnost fotografie kandidáta mezi pohlavím respondentů. U mužů nepřítomnost fotografie vyvolávala spíše pozitivní dojem, u žen byl daný účinek podobný situaci, kdy byla respondentům předložena fotografie rozrušeného kandidáta (Barrett & Barrington, 2005). Z výše uvedeného je pravděpodobné, že při dlouhodobé nepříznivé vizuální prezentaci kandidáta/kandidátky jej odmítne volit větší počet osob. Zároveň výsledky naznačují, že při nedostatečné vizuální prezentaci kandidát nemusí získat vysokou podporu mezi ženami.

„Voliči nemusí vážně uvažovat nad postoji k problémům a nad politickými hodnotami kandidáta, který se neshoduje s jejich vzhledovými

stereotypy politického vůdce“ (Schubert, Curran & Strungaru, 2011, 43). Existuje mnoho důvodů, proč mohou být političtí kandidáti odmítnuti či znevýhodněni vůči svým soupeřům. Následující strany jsou podrobněji zaměřeny na fyzický vzhled politických kandidátů a hodnocení jejich atraktivity, etnicity, genderu, věku a váhy, neboť dané charakteristiky politických kandidátů jsou na první pohled lehce dostupné a mohou skrývat jisté předsudky voličů či vytvářet tendence ke stereotypnímu myšlení. V některých případech vzhled kandidátů nemusí mít téměř žádný vliv, v jiných se ale může projevit již od počátku politického rozhodování, neboť při formování prvních dojmů máme tendence vážit negativní informace silněji než pozitivní (Ito, Larsen, Smith, & Cacioppo, 1998), a následně dodatečně získané údaje se mohou zkreslovat dle prvního dojmu i bez voličova vědomí. Výsledné vlivy předsudků mohou znamenat nižší volební výsledky pro politické kandidáty nebo mohou vysvětlit i nižší účast ve volbách (Huddy & Terkildsen, 1993).

2.2 Atraktivita a kompetence politických kandidátů

„Krása je fenomén tak starý jako lidská společnost“ (Matějů & Anýžová, 2017). Krása není pouze záležitostí některých kultur nebo moderní doby, ale je biologicky i psychologicky zakotveným principem, kterým příroda zajišťuje kvalitu genů, signalizuje zdraví, plodnost a imunitu (Hamplová, Hampl & Weidnerová, 2017). Od atraktivity by měla být odlišována upravenost, neboť tvoří jinou formu vzhledu, nicméně spolu s dalšími aktivitami, zvyky, postoji a osobnostními rysy atraktivitu ji významně ovlivňuje. Atraktivita není pouze o ideálních fyzických proporcích, ale také o udržování a kultivaci krásy, např. pěstování mladistvého vzhledu, vize zdravé pleti a vlasů, udržování optimální váhy a tělesných proporcích, vyzařování optimismu a sebevědomí (Weidnerová & Matějů, 2017).

Skutečnost, že na atraktivitě záleží i v politickém prostředí, podporují výzkumy, které se zaměřují na reálně uskutečněné volby, ve kterých dochází k porovnávání atraktivity kandidáta/kandidátky a jeho/její úspěšnosti ve volbách. Výzkum finských parlamentních a komunálních voleb z roku 2003 a 2004 analyzoval 1929 fotografií politických kandidátů a kandidátek s ohledem na jejich dosaženou úspěšnost ve volbách a atraktivitu, jenž hodnotili lidé z Finska, USA, Švédska a Francie na pětibodové škále. Se zvýšením jedné standartní odchylky krásy se zvýšil volební úspěch o 20 % hlasů pro průměrného neúřadujícího parlamentního kandidáta/kandidátku a o 17 % pro kandidáta/kandidátku v komunálních volbách. Silnější vliv byl zjištěn u kandidátek, jejichž šance na volební úspěch se zvýšila o 21,17 %, oproti kandidátům, kteří při zvýšení o jednu standartní odchylku dosahovali o 17,86 % většího podílu hlasů. Efekt krásy přetrvával i při zahrnutí vzdělání a zaměstnání politických kandidátů/kandidátek, při nižším dosaženém vzdělání klesal jejich volební úspěch (Berggren, Jordahl & Poutvaara, 2010).

Výzkum australských voleb z října 2004 do Sněmovny reprezentantů analyzoval 286 fotografií politických kandidátů, jejich reálný volební úspěch a

atraktivitu hodnocenou australskými i americkými respondenty na desetibodové škále. Se zvýšením jedné standardní odchylky pro krásu se zvýšila šance o 1,8 % pro kandidáty a o 0,7 % pro kandidátky se zohledněním politické strany kandidáta/kandidátky. Silnější významnost krásy přikládali voliči s nízkým zájmem o politiku, při zvýšení jedné standardní odchylky krásy kandidáta/kandidátky vzrostla šance na zvolení o 1,6–2,4 % u apatických voličů a u angažovaných voličů o 0,9–1,4 % (King & Leigh, 2009). Analýza německých federálních voleb z roku 2002 také podpořila důležitost atraktivity v úspěšnosti získání hlasů voličů, s jednou standardní odchylkou stupně krásy se zvýšila šance na zvolení o 0,6 % pro kandidáty a 1,5 % pro kandidátky (Klein & Rosar, 2005). Výzkum švýcarských voleb do Národní rady v roce 2007, ve kterém bylo analyzováno 744 kandidátů, poukázal na silný efekt atraktivity u politických kandidátů napříč pohlavím (Lutz, 2010).

Korelace mezi volebním úspěchem a atraktivitou v daných výzkumech vycházela odlišně v rámci pohlaví. Ve finském a německém výzkumu atraktivnější kandidátky byly častěji zvoleny oproti atraktivnějším kandidátům (Berggren, Jordahl & Poutvaara, 2010; Klein & Rosar, 2005), v australském výzkumu byl efekt krásy silnější pro mužské kandidáty (King & Leigh, 2009). Autoři australského výzkumu nabízeli vysvětlení daného zjištění vztahem ženské krásy s negativními konotacemi například přisuzováním nižší inteligence (King & Leigh, 2009). Zjištěná nekonzistence mohla být způsobena významnou odlišností kulturního prostředí či designem výzkumů (především odlišností fotografií). V analýze švýcarských voleb atraktivita měla stejný efekt u mužů i u žen (Lutz, 2010). V analýze finských parlamentních a obecních voleb z let 2003 a 2004 byla silným prediktorem volebního úspěchu v případě žen atraktivita a v případě mužů kompetence (Poutvaara, Jordahl & Berggren, 2009). Výše uvedené informace naznačují, že z vyšší míry atraktivity benefitují především kandidátky.

Odlišnou možností badatelů, jak prokázat vliv vzhledu a atraktivity ve volebním rozhodování jsou výzkumy založené na vytvoření fiktivních voleb.

Americký výzkum poukázal na skutečnost, že při absenci politických postojů kandidáta a politické strany měla fyzická atraktivita zásadní vliv na globální hodnocení kandidáta, jeho osobnostní kvality a politickou ideologii. Atraktivita vysoce korelovala se schopností vůdcovství, sympatičností, kompetencí a důvěryhodností. Respondenti upřednostňovali atraktivní kandidáty také tím, že liberální voliči považovali atraktivního kandidáta za liberálního a stejný efekt se vyskytl i u konzervativních voličů (Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992).

Ale i za přítomnosti politických postojů a politické strany je efekt atraktivity pozorovatelný. V předchozím americkém výzkumu fiktivních voleb do US Kongresu přitažliví političtí kandidáti získali vyšší podíl hlasů, než jejich méně atraktivní kolegové z identické politické strany a se shodnými názory na politická témata. Vzhled vysvětloval třikrát vyšší podíl volebního rozhodnutí než politický postoj (Rosenberg, Bohan, McCafferty & Harris, 1986). Americký fiktivní výzkum, využívající fotografie kandidátů, letáků politické kampaně a videa z politické debaty, zkoumal tendenci voličů asimilovat názory vůči atraktivním kandidátům. Při souhlasu s postoji kandidáta a shledání jej atraktivním se zvýšila voličova preference pro kandidáta, dané proměnné se posilovaly. V situaci kdy neexistovala shoda voliče s postoji kandidáta, pozitivní dojem z kandidáta neovlivnil názor, ani změnu preference kandidáta (Schubert, Curran & Strungaru, 2011).

Vysvětlení preference voličů a respondentů vůči dobře vypadajícím kandidátům se naskýtá více. Prvním vysvětlením je představa, že atraktivní kandidáti dosahují lepších výsledků, neboť příznivý vzhled jim dává vyšší ekonomický kapitál v sociální interakci (např. Hamermesh & Biddle, 1994). Atraktivní kandidát či kandidátka může získat vyšší finanční prostředky, vyšší podporu politiků pro svůj cíl při zvolení, nebo i více hlasů voličů v politickém procesu, a tím i vyšší šanci na zvolení a prosazení daného tématu. Atraktivní kandidáti mohou být také mediálně zvýhodňováni, neboť dle empirického výzkumu přitažlivě vypadající politici těží z intenzívnější televizní expozice

(Lenz & Lawson, 2011), a tím mohou využít danou skutečnost pro svůj prospěch.

Druhé vysvětlení není již založeno na zisku atraktivních kandidátů, atraktivní kandidát či kandidátka pouze zvyšují vnímané sympatie a pozitivní emoce u voliče. Jedinci nemusí důsledně reflektovat svá volební rozhodnutí a upřednostňují atraktivní kandidáty z důvodu vizuálního potěšení (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008), nikoli s vidinou vyšší úspěšnosti kandidáta.

Třetím vysvětlením preference atraktivních politických kandidátů je teorie vzhledu jako odrazu charakteristik neboli teorie statusové generalizace (Webster & Driskell, 1983). Na základě viditelných charakteristik (např. atraktivity) jsou vytvořeny úsudky o kandidátovi ve vlastnostech, které nejsou na první pohled viditelné. Jedinci mohou častěji přisuzovat atraktivním kandidátům vlastnosti spojené s úspěšnými politickými představiteli, především kompetenci, neboť je považovaná za jednu z nejdůležitějších vlastností v politické sféře (Hall, Goren, Chaiken & Todorov, 2009; Miller, Wattenberg, & Malanchuk, 1986; Trent, Mongeau, Treent, Kendall, & Cushing, 1993).

Atraktivita může být vnímána jako signál spojený s kompetencí a zapříčinit se o vyšší volební úspěch kandidátů, což je i případem výše zmíněného finského výzkumu, ve kterém dané proměnné nejsilněji korelovaly (Berggren, Jordahl & Poutvaara, 2010). Také dřívější anglický výzkum realizovaných voleb z roku 2001 a 2002 přinesl zjištění, že atraktivita má významný vliv na volební vítězství politického kandidáta a je do určité míry zprostředkována povahovými rysy – hodnocením kompetence, zkušenosti, kvalifikace, vůdcovství, důvěryhodností a sdílením starostí (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008).

Existují diferencovaná teoretická vysvětlení úspěšných volebních výsledků a vysokého hodnocení atraktivity a kompetence. První teorie

předpokládá, že atraktivita je silným prediktorem či dokonce řídí sílu obličejové kompetence (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008; Berggren, Jordahl & Poutvaara, 2010; Lutz, 2010; Verhulst, Lodge, & Lavine, 2010). Například dle Verhulst et al. představují atraktivita a povědomost důležitější komponenty než závěry kompetence a mohou působit na volební výsledky nepřímo skrz vnímání kompetence, která pro voliče představuje proces racionalizace. Za teoretické východisko daného procesu je považován atraktivní halo efekt (Verhulst, Lodge, & Lavine, 2010).

Druhé teoretické hledisko zní, že volební výsledky předpovídá obličejová kompetence bez ohledu na kandidátovu atraktivitu (Castelli, Carraro, Ghitti & Pastore, 2009; Mattes et al., 2010; Spenzio et al., 2008) nebo za kontroly atraktivity (Hall, Goren, Chaiken & Todorov, 2009; Laustsen, 2014; Olivola & Todorov, 2010). Například dle Laustsen přisuzovaná kompetence zprostředkovává pozitivní vztah mezi volebním úspěchem a kandidátovou atraktivitou, zároveň ale předpovídá volební úspěch nad rámec atraktivity. V dánské analýze voleb z roku 2009 byla prediktivní síla kompetence téměř dvakrát tak vyšší než atraktivita i za kontroly sedmi neobličejových prvků (Laustsen, 2014). Sílu prediktivní schopnosti přisuzované kompetence také potvrdil americký výzkum Todorov et al., ve kterém byly úspěšně předpovězeny výsledky voleb do Senátu z let 2000–2004 z 71,6 % a výsledky voleb do Sněmovny reprezentantů z let 2002 a 2004 z 66,8 % souhrnných hlasů (Todorov, Mandisodza, Goren, & Hall, 2005).

Schopnost predikce kompetence trvá i za podmínky hodnocení kompetence respondenty z jiných zemí, než se kandidát uchází o politický post (Antonakis & Dalgas, 2009; Poutvaara, Jordahl & Berggren, 2009). Ve výzkumu Antonakis a Dalgas předpovídali francouzské parlamentní volby hodnocením kompetence děti ve věku 5–13 let a dospělí respondenti ze Švýcarska. Děti vybíraly nevědomě mezi dvojicí politických kandidátů kapitána loď do počítačové hry, kterého měly poslat na obtížnou misi. Byla zjištěna vysoká korelace mezi hodnocením dospělých a dětí, což naznačuje, že hodnocení dle

obličejových vlastností se vyvíjí v brzkém věku a zůstává stabilní během let (Antonakis & Dalgas, 2009).

Dle amerického výzkumu reálných a fiktivních voleb Olivola a Todorov byly určeny čtyři rysy, které řídí kompetenci – povědomost kandidáta, jeho atraktivita, obličejová zralost a starší věk. Přisouzení kompetence vysvětlilo 30,8 % výsledků aktuálních voleb a 68,4 % výsledků fiktivních voleb. Kompetence silně pozitivně korelovala se spolehlivostí – disciplinovaností, klidností – emoční stabilitou, upřímností – důvěryhodností a negativně se dezorganizovaností – nedbalostí, a tím vytvořila faktor spolehlivosti, který byl relativně nezávislý od faktoru sympatičnosti (sympatičnost, vřelost, nehádavost). Faktor sympatičnosti vysvětloval fiktivní volby pouze spolu s kompetencí, atraktivitou a dětskými rysy tváře, zatímco reálné volby byly vysvětleny kompetencí a věkem kandidáta (Olivola & Todorov, 2010).

Existují také opoziční výzkumy, které demonstrují nedůležitost atraktivity při politickém rozhodování. Příkladem je analýza australských parlamentních voleb z roku 2005, ve kterých i přes shodu respondentů v hodnocení atraktivity kandidátů, ve volebních preferencích nebyla atraktivita prokázána jako statisticky významná (Leigh & Susilo, 2009). Nízký či žádný efekt atraktivity se také projevil v experimentálních výzkumech při přítomnosti informací o politické straně a postojích kandidáta k politickým problémům (Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992; Wyer et al., 1991). Což podporuje tvrzení o vzhledu jako kognitivní zkratce u méně informovaných voličů.

V určitých případech atraktivita nekorelovala pouze s volebním úspěchem, ale i se ztrátou ve volbách. V americkém výzkumu, ve kterém respondenti zpětně hodnotili atraktivitu politických kandidátů do kongresových voleb, atraktivita kandidáta předpověděla 77 % volební ztráty, zatímco pocit ohrožení předpověděl 65% prohru v reálných volbách. Autoři

ale upozorňovali na design výzkumu, že daný efekt byl vytvořen fotografiemi atraktivních kandidátů, kteří byli zároveň hodnoceni jako politicky nekompetentní (Mattes et al., 2010). Nicméně podobný výsledek vzešel i z předchozí americké analýzy voleb z roku 2006 do Senátu, Sněmovny reprezentantů i US Kongresu, ve kterém pocit osobní hrozby korespondoval s 65 % prohrou ve volbách a atraktivita předpovídala 58 % ztráty ve volbách (Spenzio et al., 2008).

2.3 Etnicita a barva pleti politických kandidátů

Dle výsledků neurovědní studie lze prokázat, že při vyhodnocování obličejů druhých již v raném stádiu automaticky zaznameneleme rasu dané tváře (Golby, Gabrieli, Chiao, & Eberhardt, 2001). Nevyřešeným psychologickým tématem zůstává existence předsudků a jejich rozsahu vůči minoritním barvám pleti. Americké výzkumy dokládají podvědomou pozitivní předpojatost pro bílou pleť oproti afroamerickým tvářím, i když hodnotící bývají muži i ženy bílé a tmavé pleti, tmavá pleť bývá sjednocována s negativními výrazy většinou respondentů (Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002). Rozdíly v hodnocení charakteristik se našly i mezi samotnými odstíny afroamerické pleti. Světlejší odstín afroamerické pleti bývá pozitivněji hodnocen oproti tmavšímu odstínu pleti různými skupinami dotazovaných (Maddox & Gray, 2002).

V realizovaných politicko-psychologických výzkumech je často viditelné zvýhodnění politického kandidáta s bílou pleť. V amerických fiktivních volbách na pozici guvernéra voliči bílé pleti vykazovali menší ochotu volit pro afroamerické kandidáty než pro kandidáta bílé pleti. Vyšší odlišnosti byly nalezeny v hodnocení mezi odstíny pleti Afroameričanů, tmavá pleť byla hodnocena méně příznivě oproti světlejší afroamerické pleti kandidáta. Danou skutečnost vysvětloval autor různými formami kognitivního zpracování. Respondenti hodnotící světlejší pleť afroamerického kandidáta byli vystaveni automatickému kognitivnímu procesu, na rozdíl od respondentů hodnotících tmavší pleť, kteří vědomě zpracovávali rasovou informaci (Terkildsen, 1993).

Také americký experimentální výzkum voleb na nespécifikovanou významnou pozici přispěl svými zjištěními k preferenci kandidáta s bílou pleť. Hlavní efekt rasy nebo odstínu barvy pleti na volební rozhodování zde nebyl nalezen, téměř polovina respondentů nevyjadřovala žádnou preferenci politického kandidáta v ohledu na barvu pleti, 40 % vyjadřovalo příznivější hodnocení kandidátů s bílou pleť a 13 % vyjadřovalo preferenci pro

afroamerické kandidáty. Rasa a barva pleti neměla signifikantní vliv na voličovo rozhodnutí a vnímanou ideologii, ale měla velký efekt na vnímání politických kvalit. Kandidát s bílou pletí přijal konzistentní hodnocení ve zkušenosti, inteligenci, důvěryhodnosti a pracovitosti; afroamerický kandidát byl hodnocen jako méně zkušenější, ale pracovitější a důvěryhodnější (Weaver, 2012).

Vyšší podpora politických kandidátů s bílou pletí byla prezentována i analýzou reálných voleb z jiné země než USA. Anglický výzkum volebních výsledků do NDC (New Deal for Communities, veřejná komise ustanovená vládou za účelem rozdělování finančních prostředků pro rozvoj komunity) v letech 2001 a 2002 poukázal na rasu jako na signifikantní faktor ve vysvětlení volebních výsledků. Pravděpodobnost výhry pro kandidáta/kandidátku s bílou pletí byla o 38 % vyšší ve srovnání s kandidátem/kandidátkou s tmavou pletí za kontroly ostatních proměnných. Političtí kandidáti s bílou pletí také získávali pozitivnější hodnocení personálních kvalit oproti kandidátům s tmavou pletí (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008).

Barva pleti kandidátů je schopna ovlivnit volební rozhodnutí, ale také odstín pleti může být faktorem. Výsledky z výzkumu Weaver (2012) odporovaly výzkumu Terkilsen (1993), neboť afroamerický kandidát se světlejším odstínem pleti získal významně nižší hodnocení inteligence a ostatních vlastností oproti afroamerickému kandidátovi s tmavou pletí (Weaver, 2012). Daná odlišnost mezi výsledky výzkumů je pravděpodobně důsledkem velké časové prodlevy. I když v 90. letech 20. století byl rasismus v USA na ústupu, mohla se v prvním výzkumu projevit dřívější idea o zákazu Afroameričanů zastávat veřejnou funkci (více například Fredrickson, 2003), zatímco v období druhého výzkumu v USA probíhalo funkční období prvního afroamerického prezidenta Baracka Obamy. Dané skutečnosti podporují teorii Terkildsen (1993) o vědomém zpracovávání rasové informace u tmavší

afroamerické pleti, nebo ve výzkumech byl zachycen nevědomý odraz názorového myšlení společnosti.

Některé výzkumy ale popírají vliv barvy pleti na volební rozhodnutí. Žádná preference nebyla nalezena při hypotetické volbě kandidáta s bílou pletí do US Senátu oproti kandidátům hispánského a afroamerického původu (Sigelman, Sigelman, Walkosz & Nitz, 1995). Žádný efekt potvrzuje i analýza voleb do Sněmovny reprezentantů v letech 1996 a 1998. Voliči s bílou pletí neméně volili Demokratickou stranu, pokud byla zastupována afroamerickým kandidátem/afroamerickou kandidátkou, ani nebyla nalezena změna v opačném případě, ve kterém Republikánskou stranu zastupoval afroamerický kandidát/afroamerická kandidátka (Highton, 2004).

Uvedené výzkumy výše naznačují žádný efekt etnicity na volební výsledky, nelze ale dospět ke konečnému závěru neexistence volební předpojatosti určité barvy pleti. V prvním experimentu (Sigelman, Sigelman, Walkosz & Nitz, 1995) bylo v metodice výzkumu poukazováno na odlišné minoritní skupiny, tudíž se u voličů nemohl uskutečnit automatický kognitivní proces a respondenti si byli vědomi daných podmínek, jak již zmiňoval Terkildsen (1993). V druhém zmíněném výzkumu (Highton, 2004) byly výsledky porovnávány především na základě ideologie politického kandidáta, která bývá pro voliče klíčová ve srovnání se vzhledem kandidáta.

Zvýhodnění bílé tváře politických kandidátů lze vysvětlit podmíněnou, nebo vědomou spojitostí minoritní pleti s negativními stereotypy či předsudky. S jinou teorií stereotypního uvažování přistoupil McDermott, dle něhož voliči vytvářejí stereotypy ve dvou rovinách, a poté vybírají kandidáta dle toho, jaké politické postoje jsou mu nejbližší (McDermott, 1997). První rovina je ideologická, ve které jsou kandidátky a afroameričtí kandidáti vnímáni jako více liberální než průměrný kandidát s bílou pletí (McDermott, 1997). Vize afroamerického kandidáta s liberální ideologií byla nalezena i v ostatních výzkumech (Sigelman, Sigelman, Walkosz

& Nitz, 1995; Terkildsen, 1993). Což také podporuje výzkum Weaver, ve kterém afroameričtí kandidáti s tmavším odstínem pleti byli významně častěji zvoleni ženami a jedinci s liberální orientací i za kontroly ideologie a stranické příslušnosti (Weaver, 2012).

Druhá rovina stereotypů vzniká na základě předpokládaných politických postojů kandidátů, voliči předpokládají, že se afroameričtí kandidáti soustředí na práva minorit a kandidátky jsou odhodlány vnést do vlády čestnost a zaměřit se na problémy etiky (McDermott, 1997). Již z národní studie z roku 1987 respondenti přisoudili politikům s odlišnou barvou pleti jiné formy kompetence napříč politickými tématy. Jedna polovina až jedna čtvrtina dotázaných s bílou pletí hodnotila politika s bílou pletí jako kompetentnějšího v otázkách zvýšení ekonomického růstu, dosažení dohody o zbrojení se Sovětskou unií, v pomoci farmářům, ve zlepšení kvality veřejného vzdělávání, ve snížení federálního deficitu, ve snížení daní, ve snížení zahraničního dovozu, ve snížení užívání drog oproti afroamerickému politikovi (seřazeno sestupně dle relevance). Afroamerický politik byl viděn téměř 40% respondentů jako kompetentnější v pomoci chudým a potřebným. Na danou otázku odpovídali i respondenti afroamerického původu. Více než polovina také připsala kompetenci afroamerickému kandidátovi v otázce pomoci chudým a potřebným, následně v kompetenci snížení počtu těhotných teenagerů, snížení míry užívání drog, v pomoci farmářům a zvýšení úrovně kvality veřejného vzdělávání (Williams, 1990).

V experimentálním americkém výzkumu byl nalezen statisticky signifikantní rozdíl při posouzení soucitu kandidátů, schopnosti dosáhnout sociální spravedlnosti a barvy pleti kandidáta. Nejvyšší hodnocení v dané kompetenci získal afroamerický kandidát s konzervativní či umírněnou ideologií, následovaný hispánským kandidátem. V případě liberální ideologie kandidáta nejvyšší míru soucitnosti a kompetence v otázce sociální spravedlnosti získal hispánský kandidát, poté kandidát s bílou pletí a nejnižší míru obdržel afroamerický kandidát (Sigelman, Sigelman, Walkosz & Nitz,

1995). Novější výzkum také našel odlišné přisouzení politických témat kandidátům s odlišným odstínem pleti. Afroamerický kandidát s tmavou pletí byl posouzen jako nejkompetentnější v pomoci znevýhodněným a následně v ekonomickém tématu, ve kterém byl ale negativně hodnocen afroamerický kandidát světlejší pleti (Weaver, 2012).

Při bližším zaměření na politické kandidáty s lišící se etnicitou lze zjistit, že v některých případech je důležité zohlednění složení obyvatel dané země nebo volebního obvodu. V roce 2001 v primátorských volbách v Los Angeles obvody s početnějším podílem latinských registrovaných voličů dosáhly vyšší míry účasti ve volbách, pokud se ucházeli o post starosty kandidáti etnického původu ve srovnání s volbami, ve kterých nebyli přítomni. Zároveň kandidát etnického původu v obvodech s vyšším počtem obyvatel latinského původu získal vyšší podíl hlasů než v obvodech s nízkým počtem obyvatel latinského původu (Barreto, Villarreal, & Woods, 2005). Výzkum Leigh a Susilo analyzoval výsledky voleb do jednokomorového parlamentu z roku 2005 v Northern Territory v Austrálii. Na území s větším počtem původního obyvatelstva byla preferována tmavší pleť politických kandidátů, oproti tomu na území s menším počtem původního obyvatelstva kandidáti se světlou pletí přijali více hlasů. Vztah mezi barvou pleti a úspěšností ve volbách byl silnější pro vyzyvatele oproti držitelům úřadu – inkumbentům (Leigh & Susilo, 2009).

2.4 Gender politických kandidátů

„Až na pár výjimek, ženy jsou velmi nedostatečně zastoupeny ve volené funkci napříč industriálním světem“ (McElroy & Marsh, 2010, 822). Česká republika není výjimkou. Voleb do Poslanecké sněmovny 2017 se zúčastnilo 28,6 % žen, což je nejvyšší počet nominovaných žen od roku 1996, ale počet zvolených žen za daná období nepřesáhl 22 %. Podobné poměry přetrvávají i ve volbách do Senátu ČR, kdy v roce 2016 kandidovalo 18,45 % žen a uspělo 22,22 %, celkové zastoupení žen v Senátu ČR je nyní 19,8 %. Lepší poměr ženských kandidátek nalezneme ve volbách do zastupitelstev krajů, kdy v roce 2016 kandidoval nejvyšší počet žen 30,03 %, ale uspělo pouze 20,3 % (ČSÚ, 2018). Z dat pro Českou republiku můžeme usuzovat, že se množství kandidátek ve volbách stupňuje, ale jejich konečné zastoupení se rozprostírá v rozmezí 19–22 %, což koresponduje i s aktuálními daty z USA. V US Kongresu je nyní 19,6 % političek, Senát je tvořen z 21 % a Sněmovna reprezentantů z 19,3 % žen (CAWP, 2017).

„Dané nedostatečné zastoupení žen bylo přičítáno mnoha faktorům: voličovým předsudkům, zaujatosti v přijímací praxi, efektům kampaně či nedostatečném počtu ochotných žen se aktivně účastnit voleb“ (McElroy & Marsh, 2010, 822). Existencí voličových předsudků o pohlaví kandidátů se zabývají mnohé výzkumy, ať již realizovaných voleb či experimentální studie. Analýzy realizovaných voleb, založené na hodnocení úspěšnosti kandidátů, často poukazují na nízký efekt genderu kandidátů a bývají několik desítek let staré (Studlar & Welch, 1987; Zipp & Plutzer, 1985), zatímco výsledky experimentálních studií, při kterých dochází k manipulaci s kandidátovým pohlavím, se různí.

Jednou z možností, jak je ovlivněno volební rozhodování, je samotné pohlaví voliče. Dle provedených výzkumů voliči mají sklon považovat kandidáty za příznivější, pokud jsou totožného pohlaví (Johns & Shephard, 2007; Sanbonmatsu, 2002; Smith & Fox, 2001; Plutzer & Zipp, 1996). Americký

výzkum názorů obyvatel Ohia navrhl existenci „základní genderové preference“, což označuje stav, ve kterém volič má určitou preferenci volit muže před ženou, nebo ženu před mužem. Respondenti byli tázáni, zda by inklinovali k volbě kandidáta nebo kandidátky za situace stejné kvalifikace uchazečů o volební post. Ženy častěji (62 %) oproti mužům (51 %) vyjadřovaly danou preferenci a častěji by volily kandidátku (39 %) oproti kandidátovi (24 %), muži naopak vyjadřovali preferenci kandidáta (35 %) oproti kandidátce (16 %). Tato preference byla vysvětlitelná voličovým pohlavím a genderovými stereotypy o přesvědčení kandidátů, o kompetenci k řešení určitých problémů a hodnocením vlastností kandidátů. Voliči, kteří preferovali kandidátky, by více volili kandidátku při volbě mezi kandidátem a kandidátkou (65 %), při volbě mezi dvěma kandidáty by preferovali kandidáta, který poskytoval typ reprezentace, kterou očekávali od kandidátky (Sanbonmatsu, 2002).

K podobným výsledkům dospěli i Smith a Fox, kteří se zabývali preferencemi amerických voličů uskutečněných voleb z let 1988–1992 vzhledem ke genderu kandidátů. Zjistili, že pro muže není podstatné pohlaví politického kandidáta, zatímco ženy upřednostňovaly kandidátky do Sněmovny reprezentantů. Politické kandidátky získaly od voliček o 19 % vyšší podíl hlasů oproti kandidátům a až o 30 % vyšší podíl hlasů při vysokoškolském vzdělání voličky a při volbě mezi dvojicí kandidátů úřadující a neúřadující (Smith & Fox, 2001). Také v experimentálním anglickém výzkumu se projevila preference genderu kandidáta na základě pohlaví voliče. Muži častěji než ženy považovali mužské kandidáty za silnější a upřednostňovali danou sílu ve volbách (Johns & Shephard, 2007).

Je určitou nezbytností při posuzování vhodných politických kandidátů zohlednit existenci genderových stereotypů voliče. „Kandidátův gender má přímý efekt na hodnocení vlastností a bude mít nepřímý efekt na volební chování, jestliže tyto vlastnosti podstatně ovlivňují volební šanci“ (Johns & Shephard, 2007, 438). Dle stereotypního myšlení lze očekávat, že kandidáti získávají vyšší hodnocení kompetence, dominance a typicky maskulinních

kvalit, zatímco kandidátky jsou vnímány jako více upřímné, starostlivé, vřelé a získávají vyšší hodnocení typicky ženských vlastností. Výsledky výzkumů jsou ale odlišné.

Experimentální anglický výzkum nenalezl žádné rozdíly v hodnocení charisma a kompetence mužských a ženských kandidátů. Nejvyšší rozdíl byl nalezen v přisouzení vyšší míry starostlivosti, upřímnosti, atraktivnosti a sympatičnosti kandidátkám, oproti tomu kandidáti získali lehce zvýšené hodnocení vůdcovství a inteligence. Mužští kandidáti byli hodnoceni příznivěji, pokud se zvýšila jejich vnímaná vřelost, kandidátky byly hodnoceny příznivěji se zvyšováním jejich hodnocené kompetence a síly (Johns & Shephard, 2007). V amerických simulovaných volbách respondenti přisuzovali silné vnímání kompetence pro ženské i mužské kandidáty, ale kandidáti byli obecně pokládáni za více kompetentní a dominantní, kandidátky získaly vyšší hodnocení atraktivity a přístupnosti (Chiao, Bowman, & Gill, 2008). V pozdějším experimentálním americkém výzkumu byly kandidátky usilující o post do senátních voleb hodnoceny pozitivněji než kandidáti, bylo na ně hleděno jako na více upřímné a starající ve srovnání s kandidáty (Fridkin & Kenney, 2009).

V amerických výzkumech se lze také setkat s odlišným hodnocením kandidátů vzhledem k politické ideologii. Ženské kandidátky bývají častěji považovány za liberální a součástí Demokratické strany oproti mužským kandidátům (Terkildsen, 1993). Příklad, že důvodem daného přisuzování je opravdu gender kandidáta, nikoli vzhled odrážející určité charakteristiky, poskytl výzkum Huddy a Terkildsen, ve kterém byly kandidátky hodnoceny jako liberální a členky Demokratické strany častěji než kandidáti, ale při manipulaci s pohlavím, kdy kandidátovi byly připsány feminní vlastnosti, nebyl kandidát považován za liberálního (Huddy & Terkildsen, 1993). Lze konstatovat, že ženské kandidátky jsou častěji v Demokratické straně (CAWP, 2017), a tím je lépe přijímán jejich vnímaný status v politické straně. Danou skutečnost dokládá americký výzkum, ve kterém pro Demokratickou stranu

bylo typické přisouzení vyšší kompetence političkám a politikům nižší vřelosti, zatímco Republikánská strana byla spojena s nižší kompetencí u političek (Carpinella & Johnson, 2013b).

Gender kandidátů se neodráží pouze v odlišném hodnocení vlastností a v politické ideologii USA, ale také v přisuzované kompetenci k určitým politickým tématům. V experimentálním americkém výzkumu, ve kterém byli političtí kandidáti reprezentováni pomocí stereotypních maskulinních a femininních vlastností, obdržely ženské kandidátky vyšší míru vřelosti a výmluvnosti a byly viděny jako lepší v politických tématech zaměřených na soucit a na ženské otázky, muži s instrumentálními vlastnostmi byli popsáni za více kompetentní ve vojenských a policejních tématech. Pro ekonomické téma nebyl ani jeden z kandidátů více kompetentní. Zároveň maskulinní vlastnosti zvýšily vnímání kandidátovy vnímané kompetence ve vyšším rozsahu politických otázek oproti femininním vlastnostem vřelosti a výmluvnosti (Huddy & Terkildsen, 1993).

I v novějších výzkumech zůstávají výsledky podobné. Mužský kandidát byl viděn jako více kompetentnější v politických tématech zvládnání kriminality a v zahraničních stycích, kandidátka jako více kompetentní v otázkách sociálního zabezpečení (Sanbonmatsu, 2002). V jiném výzkumu US Senátorky v roce 2006 byly považovány za více kompetentnější v otázkách zdravotnictví a ekonomie, i když větší vliv na daný názor měla ideologie a politická strana kandidátky než její gender (Fridkin & Kenney, 2009).

Volební preference se ale také mohou lišit v ohledu na usilovanou politickou pozici. Ženy zastávají vyšší postavení v politice výrazně méně často oproti mužům, důkazy poskytuje četnost ženských prezidentek v různých zemích. V americkém výzkumu Smith, Paul a Paul ve fiktivních senátních volbách byli kandidáti a kandidátky hodnoceni rovnocenně, jediný rozdíl se objevil v hodnocení „politics came easier“, kdy kandidát získal významně pozitivnější hodnocení ve srovnání s kandidátkou. Ve volbách na

prezidentský post byla politická kandidátka hodnocena negativně, i když měla shodný životopis s mužským kandidátem. Kandidát měl vyšší prezidentský potenciál a vedl si lépe v politické kariéře, kandidátka byla hodnocena jako méně zkušená v politice a “accomplishing less”. Dle respondentů měl kandidát vyšší šanci na výhru (51,14 %) než kandidátka (36,26 %) (Smith, Paul & Paul, 2007). Naopak v jiných amerických fiktivních volbách na post prezidenta lidé více preferovali kandidáta, který vypadal kompetentněji bez ohledu na gender. U mužských kandidátů se šance na zvolení zvyšovala s vyšší vnímanou kompetencí a přístupností, pro kandidátky byla výhodná vyšší vnímaná kompetence a atraktivita. Muži–respondenti byli častěji ovlivněni atraktivitou kandidátky, respondentky dávaly větší důraz na kompetenci ženské kandidátky a přístupnost mužského kandidáta (Chiao, Bowman, & Gill, 2008).

Vnímání politických kandidátů se také může lišit nejen v rámci pohlaví, ale také v rámci odlišných sociálních skupin. V americkém experimentálním výzkumu porovnávali hodnocení političek s ženami, ženami odbornicemi, muži, muži–politiky a politiky obecně. Bylo zjištěno, že političky tvoří subtyp žen – novou stereotypní kategorii s vlastními kvalitami. Ve výzkumu byly ženy popisovány jako starající, krásné, mateřské, feminní, emotivní, soucitné a láskyplné, nikoliv však političky. Političky na rozdíl od žen byly častěji popisovány jako vysoce vzdělané, sebevědomé, asertivní, výřečné a pracovité. Signifikantní rozdílnosti se našly také v ženských negativních vlastnostech vůdcovství („driven“, nervózní, tvrdá, agresivní, diktátorská, egotistická, asertivní, ambiciózní) a v mužském stereotypním pozitivním vnímání (soutěživá, odvážná, dobrodružná a agresivní), kdy političky získaly vyšší hodnocení než ženy samotné. Političky se také lišily od ženských odbornic, odbornice byly popisovány jako více vzdělané, ambiciózní, „driven“, inteligentní, pracovité, motivované, organizované a „gets things done“, ale vznikla zde větší podobnost ve srovnání s ženami obecně. Političky oproti odbornicím byly znevýhodněny, neboť získaly nižší hodnocení v ženských stereotypních pozitivních vlastnostech, a zároveň byly hodnoceny i jako méně kompetentnější a byly považovány za slabší vůdce (Schneider & Bos, 2014).

Dle Schneider a Bos lze také nalézt odlišnost v hodnocení mužských politiků a mužů. Ve výzkumu více než dvě třetiny respondentů popsali muže a muže-politiky za vůdce, „driven“, soutěživé a agresivní, kdy častěji byli hodnoceni politici jako vůdci a „driven“, muži jako více soutěživí a agresivní. Dále byli muži a muži-politiky hodnoceni bez rozdílu jako asertivní, soutěživí, dominantní a pracovití. Muži byli považováni na rozdíl od politiků za více maskulinní, tvrdé, dobrodružné, fyzicky silné, svalnaté a atletické. Muži-politiky na rozdíl od mužů byli hodnoceni jako více vzdělaní, ambiciózní, výřeční, respektující příkazy, znalí, odhodlaní a charismatičtí. Politiky získali na rozdíl od mužů nízké hodnocení fyzických rysů (robustní, svalnatý, fyzicky silný, statný), aktivity, ale také tvrdosti a arogantnosti a naopak zvýšenou úroveň empatie. (Schneider & Bos, 2014)

Politici bez ohledu na pohlaví získali nízké hodnocení integrity (morálnost, slušnost, upřímnost) a empatie (soucitnost, starostlivost, sociálnost), ženských stereotypních fyzických rysů (krása, roztomilost), ženských stereotypních negativních osobnostních rysů (naivita, servilnost, úzkostlivost, stěžování si) a ženských stereotypních kognitivních rysů (imaginativnost, intuitivnost, tvořivost, uměleckost). Politicky byly ale odlišně hodnoceny v nižší míře kompetence, vůdcovství a mnoha dalších vlastnostech získaly negativní hodnocení, na rozdíl od mužů-politiků, kteří byli hodnoceni mnohem pozitivněji a získali i vyšší hodnocení, například v stereotypně přisuzované ženské vlastnosti empatii (Schneider & Bos, 2014).

Určité výzkumy ale dané vnímání političek jako odlišné sociální kategorie nepodporují a výsledky ukazují přisouzení vyššího hodnocení typicky ženských vlastností. Například dle amerického fiktivního výzkumu ženské politicky ve Sněmovně reprezentantů byly ve vyšší míře pokládány za feminní než politici za maskulinní (Carpinella & Johnson, 2013a). Politicky obdržely vyšší míru vřelosti oproti mužským politikům, kteří byli vnímáni jako více kompetentní, i když daný výsledek nebyl signifikantní (Carpinella & Johnson, 2013b).

2.5 Váha politických kandidátů

V posledních letech je kladen silný společenský a mediální tlak na fyzickou postavu jedince. Ze západních zemí se rozpíná obecně rozšířená ideální představa o hubených ženách a mužích se svalovou hmotou (Pope, Phillips & Olivardia, 2000), případně představa o štíhlosti a svalnatosti bez ohledu na pohlaví. Jedinec s nadváhou, či obezitou je hodnocen kriticky, neboť váha je chápána jako nestálá proměnná, kterou je jedinec schopen ovlivnit při pevné vůli a odhodlání. O lidech s nadváhou je uvažováno jako o vinících, neboť si tuto situaci přivodili nedostatkem fyzické aktivity, přejídáním a nedostatkem motivace (Puhl & Heuer, 2009).

Na zakořeněnost negativních předsudků poukazuje americký výzkum hodnocení obrysu lidské postavy, ve kterém byla obéznímu mužskému obrysu přisouzena pomalost, lenost, hloupost, ženské obézní siluety pomalost a nezajímavost, zatímco silueta normální váhy byla hodnocena ve fyzické kondici, chytrá, rychlá, pracovitá a motivovaná (Greenleaf, Starks, Gomez, Chambliss, & Martin, 2004). Existenci předsudků a diskriminace spojených s nadváhou a obezitou podložily výzkumy z různých sociálních sfér, ať již z zaměstnání, zdravotní péči, mediích, v dětství i dospělosti (Brownell, 2005).

Jedním z významných vlivů, který může působit na percepci společnosti, je mediální zobrazení člověka s vysokou hmotností. Švédská analýza denních novin z let 1997 až 2001 vypovídala o stigmatizaci lidí s nadváhou, kteří zde byli prezentováni jako neinteligentní, neatraktivní, naivní, nezodpovědní, líní, chamtiví, odpudiví a nenasytní (Sandberg, 2007). Pozdější americký výzkum zaměřený na fotografie u online novinových zpráv ze září 2009 provedl zjištění, že 72 % fotografií zobrazující osobu s nadváhou či obezitou je spojeno s negativním stigmatem. U fotografie jedince s nadváhou či obezitou byla vyšší pravděpodobnost zobrazení pouze těla, nikoli obličeje, s jídlem nebo pitím, na rozdíl od neobézních jednotlivců, kteří měli vyšší

pravděpodobnost zobrazení v profesionálním oblečení nebo při cvičení (Heuer, McClure, & Puhl, 2011).

Také v politice může důležitou roli zastávat hmotnost politických kandidátů, ať již při počátku kandidatury nebo při zvolení do politické funkce. Americká analýza primárních a obecních voleb do US Senátu v letech 2008 a 2012 poukázala, že v primárních i v obecních volbách jsou kandidáti s obezitou zastoupeni nerovnoměrně (4 % obézních mužů a 0 % obézních žen), žen s nadváhou kandidovalo o jedenáct procent méně, než se v daném čase vyskytovalo v americké populaci, muži s nadváhou byli dostatečně reprezentováni (Roehling et al., 2014).

Za potenciální příčiny daného rozdílu lze považovat nízký počet ochotných kandidátů s vyšší vahou k aktivní politické účasti nebo přítomnost stereotypů a předsudků spojených s vyšší vahou při počátku politického procesu. Při analýze fotografií amerických politických kandidátů získal kandidát s nadváhou či obezitou menší hlasovací podíl ve volbách oproti kandidátovi s normální hmotností. Tento rozdíl se zvyšoval při váhovém rozdílu kandidátů (Roehling et al., 2014).

Politici kandidáti s vysokou hmotností nemusí získat dostatečnou podporu voličů, neboť mohou být voliči hodnoceni negativně. Vyvolání daného hodnocení může být způsobeno negativními předsudky a podporováno mediálními sděleními, která věnují zvýšenou pozornost váze kandidátů. Výsledek amerického experimentálního výzkumu poukázal, že pokud je ve sdělení zakotveno váhové stigma se zmíněnou nejistotou ohledně sebekontroly politika, jedinci to reflektují v podobě přisouzení snížené politické vůdcovské kompetence na rozdíl od sdělení hodnotící vynikající politický výkon. Respondenti také vykazovali vyšší sympatie pro politika se zdravotními obtížemi způsobenými obezitou než pro politika, který se podrobí operaci podvázání žaludku, vůči němuž projevovali jisté podezření (Bresnahan, Zhuang, Zhu, Anderson & Nelson, 2016).

Vysoká váha kandidáta může být stigmatizující, otázkou zůstává, zda existuje identický vliv pro gender. Výzkum Roehling et al. (2014) poukázal na možnost, že kandidátky s nadváhou jsou více ohroženy nedosáhnutím kandidatury než kandidáti s nadváhou, ale ve volebních výsledcích nebyl nalezen žádný efekt pro gender, což mohlo být způsobené faktem, že ve studii byl přítomen malý podíl kandidátek s nadváhou.

Překvapující zjištění vzešlo z experimentálního amerického výzkumu, ve kterém byly obézní kandidátky hodnoceny výrazně negativněji ve srovnání se kandidátkami s normální vahou, byla jim přisouzena nižší míra spolehlivosti, serióznosti, upřímnosti, schopnosti inspirovat a vykonávat namáhavou práci. Oproti tomu obézní kandidáti byli hodnoceni pozitivněji nežli kandidáti s normální vahou (Miller & Lundgren, 2010).

Také pozdější americký výzkum z části podpořil dané výsledky. V první části výzkumu při hodnocení fotografie kandidáta s jeho politickými postoji a politickou stranou byli kandidáti s obezitou hodnoceni pozitivněji nežli neobézní kandidáti, ovšem u kandidátek nebyl zjištěn žádný rozdíl. V druhé části výzkumu během projekce 96 fotografií ve dvacetisekundových intervalech výsledky byly odlišné – žádný rozdíl nebyl nalezen u kandidátů, ale kandidátky s obezitou byly hodnoceny negativněji oproti kandidátkám s normální vahou (Elmore, Vonnahme, Thompson, Filion & Lundgren, 2015). Výše zmíněné výsledky naznačují, že při politickém rozhodování jsou kandidátky s nadváhou či obezitou negativněji hodnoceny oproti kandidátkám s normální hmotností. Daný efekt se zdá být opačný či minimalizovaný u mužských kandidátů.

2.6 Věk, inkumbence, nestrannost a jiné charakteristiky

Mezi další charakteristiku, která může sloužit jako informační vodítko pro volební rozhodování, lze zařadit věk politických kandidátů. Vyšší věk přináší jedincům více zkušeností, a tím se může zvyšovat jejich vnímaná kompetence. V opačném směru vyšší věk často přináší horší zdravotní stav, politický kandidát nemusí být aktivní, mít rychlé reakce nebo být neustále dostupný, či se mu může zhoršit paměť, tudíž věk přináší i jistý zdravotní handicap. Dle výsledků italského výzkumu, který byl založen na předpovědi volebních výsledků párů politických kandidátů, byla úspěšná předpověď založena na hodnocení vyšší kompetence, nižší sociability a věku. Političtí kandidáti, kteří vypadali mladší, získali výhodu nad jejich oponenty (Castelli, Carraro, Ghitti & Pastore, 2009).

Za nejvíce znevýhodněné věkové skupiny politických kandidátů lze považovat kandidáty mladší 30 let a kandidáty starší 60 let. Průměrný věk politických kandidátů ve volbách do Poslanecké sněmovny ČR v roce 2017 činil 46 let, věk nejstaršího kandidáta dosahoval obdivuhodných 94 let a voleb se účastnilo téměř šedesát jednadvacetiletých kandidátů. Úspěšnost kandidátů mladších 30 let klesla z 10,65 % přihlášených na 3,5 % zvolených, u kandidátů starších 50 let se zvolení lehce zvýšilo z 41,6 % kandidujících na 43 % zvolených poslanců (ČSÚ, 2018). Ve volbách do Senátu České republiky v roce 2016 byl průměrný věk politického kandidáta 56 let, nejstarší kandidát byl starý 77 let a voleb se účastnili čtyři kandidáti ve věku 40 let. Kandidáti mladší 49 let ve volbách dosahovali 26,18 % a uspěli v 18,52 %. Také u kandidátů starších 60 let zvolení pokleslo, z 35,62 % přihlášených bylo zvoleno 29,63 % senátorů starších 60 let (ČSÚ, 2018).

Výsledky parlamentních voleb jsou podobné volbám do zastupitelstev obcí a krajů. Průměrný věk politických kandidátů voleb do zastupitelstev krajů v roce 2016 dosahoval 47 let a průměrný věk do zastupitelstev obcí, městysů a měst v roce 2014 činil 46 let. Ve volbách do zastupitelstva krajů v roce 2016

se přihlásilo 9,73 % kandidátů mladších 29 let a uspělo jich pouhých 0,3 %, ve volbách do zastupitelstva obcí, městysů a měst v roce 2014 bylo přihlášeno 10,44 % kandidátů mladších 29 let a vítězství získalo 5,21 %. Ve zmiňovaných volbách do zastupitelstva obcí se snížily také šance na zvolení kandidátům starším 60 let z 17,38 % kandidujících na 13,96 % zvolených. U kandidátů starších 50 let ve výše zmíněných volbách do zastupitelstva kraje se šance zvýšily z 42,97 % kandidujících na 52,44 % zvolených, bohužel statistiky pro kandidáty starší 60 let nebyly dostupné (ČSÚ, 2018).

Rozsáhlou analýzu 570 674 politických kandidátů do zastupitelstev obcí uskutečnil Josef Bernard v roce 2010 ze všech obcí České republiky mimo Prahy, Olomouce a Lišova, který analyzoval různé vlastnosti politických kandidátů a jejich dopad na zvolení. Dospěl ke zjištění, že nově kandidovalo 79,2 % politických kandidátů a 20,7 % bylo již v úřadu (z toho 11,8 % za dvě a více období), 81,6 % byli nestraníci a 18,4 % nebyli členové politické strany. Voleb se účastnilo 31 % kandidátek, většina kandidátů (74 %) byla ve věku 31–60 let, 78 % kandidovalo bez akademického titulu (21 % kandidátů vlastnilo vysokoškolský titul, a 1 % MUDr.). Dle výsledků měla největší vliv na získání mandátu inkumbence, ať již v ohledu na dobré umístění na kandidátní listině, tak i ve volebním úspěchu (Bernard, 2012).

Inkumbence je přínosnou, ale zároveň i rozporuplnou charakteristikou politického kandidáta. Stávající senátoři, poslanci či zastupitelé mají výhodu obeznámenosti občanů a médií a nabytí zkušeností oproti nově kandidujícím, ale také mohou získat i určitou stigmatizaci za svou činnost nebo vinu za případnou nečinnost ve funkčním období. Ve výsledcích výzkumů má inkumbence ale signifikantní pozitivní vliv. Ve výzkumu Berggren, Jordahl & Poutvaara (2010) byla inkumbence nejsilnějším prediktorem volebního úspěchu, také v ostatních zahraničních výzkumech byla inkumbence považována za signifikantní (Hall, Goren, Chaiken & Todorov, 2009; Highton, 2004; Lutz, 2010; Roehling et al., 2014). Ve výzkumu Hoegg & Lewis (2011)

byli úřadující kandidáti považováni za více kompetentní a inteligentní než jejich vyzyvatelé.

Ve výzkumu Bernarda (2012) pozitivní vliv také přinášel vysokoškolský titul (především MUDr.) oproti kandidátům bez titulu, a střední věk oproti kandidátům mladším třiceti let a seniorům. Žen kandidovalo významně méně než mužů (31 % žen), ale také méně častěji získávaly mandát. Při přeskokování kandidátů na hlasovacích lístcích byly znevýhodňovány ženy a kandidáti mladší 30 let především ve velkých městech. Úspěšnější byli také kandidáti kandidující za nezávislé politické subjekty než kandidáti politických stran, a kandidáti–nestraníci oproti straníkům (Bernard, 2012).

K podobným zjištěním dospěl i Martin Kreidl (2009), který provedl výzkum senátních voleb z roku 1996. Věk nad 60 let výrazně snižoval šance kandidátů ve srovnání se střední věkovou kategorií 50–59 let, též i nižší věk politických kandidátů (40–49 let) měl negativní efekt, i když méně výrazný. Šance na zvolení zvyšoval i akademický titul. Vlastnosti kandidátů měly vliv i za kontroly volebních stran (Kreidl, 2009).

II. Empirická část

3 Metodologická část

3.1 Výzkumné otázky a formulace hypotéz

Cílem výzkumu je zjistit, jaké faktory ovlivňují volební rozhodování. Jaký vliv mají na možnou úspěšnost a hodnocení politického kandidáta/politické kandidátky informace o politických názorech a postojích, politické straně a politické image (osobnosti a vzhledu). Výzkumná otázka zní, do jaké míry ovlivňuje volbu kandidáta/kandidátky jeho/její vzhled a postoj k danému tématu? A jakým způsobem jsou hodnoceni političtí kandidáti (muži i ženy) s vysokou atraktivitou/s vyšším věkem/ s nadváhou/ s odlišným etnickým původem?

Dle předchozích výzkumů lze předpokládat, že role vzhledu nebude klíčová při zveřejnění informací o názoru k politickému tématu, nicméně bude mít vliv na hodnocení politického kandidáta/politické kandidátky i za přítomnosti informací.

H1: Volba kandidáta/kandidátky bude více ovlivněna informací o politickém názoru než hodnocením vzhledu kandidáta.

Dle politicko-psychologických výzkumů a teorií lze očekávat, že při nepřítomnosti politických informací se respondenti budou spoléhat na kognitivní zkratky a jejich hodnocení bude vykazovat stereotypní myšlení. S nejvyšší pravděpodobností bude pozitivněji hodnocen atraktivnější kandidát/kandidátka bez nadváhy a ve středním věku. U kandidátek bude kladen vyšší důraz na vzhled a budou hodnoceny kritičtěji.

H2: Politický kandidát/politická kandidátka s atraktivním vzhledem bude hodnocen/a pozitivněji než ostatní kandidáti.

H3: Politický kandidát/politická kandidátka s nadváhou (příp. obezitou) bude hodnocen/a negativněji než ostatní kandidáti.

H4: Politický kandidát/politická kandidátka s vyšším věkem bude hodnocen/a negativněji než mladší kandidát/kandidátka.

H5: Politický kandidát/politická kandidátka s odlišnou etnicitou bude hodnocen/a negativněji než ostatní kandidáti.

H6: Politické kandidátky oproti politickým kandidátům budou hodnoceny s vyšší mírou stereotypního uvažování.

Na volebním rozhodování a hodnocení fiktivních kandidátů se bude také odrážet osobnost respondenta. Dle výzkumů (Ahler, Citrin, Dougal & Lenz, 2017; King & Leigh, 2009; Lenz & Lawson, 2011) má signifikantní vliv informovanost kandidáta, lze předpokládat, že zájem o politické dění, případně i vzdělání, bude významně ovlivňovat kandidátovo stereotypní hodnocení. Signifikantní vliv také bude mít pohlaví respondenta a jeho věk.

H7: Na volbu kandidáta/kandidátky bude mít vliv politický zájem, pohlaví a věk respondenta.

3.2 Design výzkumu

Pro získání odpovědí na výše zmíněné otázky bylo uskutečněno dotazníkové šetření. Dotazník byl strukturován do pěti částí. V první části respondenti sdělovali svůj názor na politická témata na pětibodové škále – legalizace marihuany pro lékařské účely, legalizace marihuany pro vlastní potřebu, zákaz jízdy kamionů a snižování dopravy ve městech, školné na vysokých školách a rozvoj obnovitelných zdrojů energie. Dále zde byly umístěny otázky na politickou orientaci na škále levice–pravoce, stranickou identifikaci, členství v politické straně a účast ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2017. Pro zjištění politické informovanosti byly položeny otázky na zájem o politické dění v České republice a v zahraničí a otázka za zdroj daných informací. Aby bylo lépe reflektováno volební rozhodování, byla zde i explicitní otázka na důležité faktory, které jsou zvažovány při volbě politické strany.

V druhé části dotazníku byli představeni političtí kandidáti a kandidátky do parlamentních voleb. Respondent viděl fotografii kandidátky nebo kandidáta bez poskytnutých informací a byl se tázán na první dojem, na základě něhož hodnotil kompetentnost, atraktivnost, charisma, sympatie, upřímnost, řečnickou obratnost, schopnost vlastního názoru a schopnost prosazovat vlastní názor. Dané vlastnosti byly zobrazeny metodou sémantického diferenciálu na desetibodové škále (1–10) a přeskupeny tak, aby na jedné straně nebyly pouze kladné vlastnosti a respondent automaticky nevyplňoval dané charakteristiky. Také zde byl dosazen termobarometr pravděpodobné volby dané kandidátky/daného kandidáta.

Fotografie kandidátů byly získány z webových stránek <https://en.wikipedia.org>, zobrazovaly reálné politické představitele z Dánska (Ellen Trane Noerby, Henrik Sass Larsen), Norska (Erna Solberg, Audun Lysbakken), Estonska (Marianne Mikko, Eiki Nestor, Mart Laar), Švédska (Amelia Andersdotter), Indie (Jayaprakash Narayan) a USA (Stephanie

Murphy). Fotografie byly vybrány, aby splňovaly určité charakteristiky – zobrazení obličeje a horní části těla, viditelný úsměv, patřičné oblečení a nevýrazné pozadí fotografie. V případě nedostatků byly fotografie upraveny. Dále byl výběr uskutečněn za základě odlišných charakteristik, které měli kandidáti představovat. Byly vybrány fotografie kandidáta a kandidátky, které nejlépe reprezentovaly věk nad 60 let, věk pod 30 let, odlišný etnický původ, vysokou atraktivitu a viditelnou obezitu.

Po zobrazení pěti fotografií kandidátek/kandidátů byla respondentovi zobrazena volba mezi danými kandidátkami/kandidáty již za přítomnosti politických informací. U každé fotografie byl zobrazen názor o přibližném rozsahu čtyř vět k vybranému politickému tématu – u kandidátek názor na legalizaci marihuany, u kandidátů názor na zákaz jízdy kamionů. Část postojů byla převzata z předchozího českého výzkumu (Chytilék, Eibl, Hrbkova, Zagraban & Janovsky, 2016). Daná témata byla vybrána z důvodů, aby nebyla stranická a příliš kontroverzní. Pod tímto názorem byly zobrazeny informace o věku, vystudované vysoké škole a o aktuálním povolání. Vystudovaná vysoká škola i zaměstnání byly téměř identické, neboť cílem bylo, aby se respondent orientoval dle fotografie a politického názoru, věk zdůrazňoval pouze vzhled. Tyto informace byly uvedeny za účelem zohlednění informací na kandidátní listině, na které se vyskytuje jméno a příjmení, akademický titul, věk a povolání kandidáta. Respondent v daných fiktivních volbách musel určit pořadí kandidátů od nejvíce preferované/ho k nejméně pravděpodobné volbě. Níže byla zobrazena otázka, zda by volil daného kandidáta či kandidátku, kdyby příslušel/a k jiné politické straně, než kterou respondent upřednostňuje.

Vzhledem k situaci, že fotografie nejsou schopny postihnout všechny podstatné vlastnosti politických kandidátů, ve čtvrté části dotazníku byly některé z nich explicitně vyjmenovány. Respondent byl dotázán, zda při volebním rozhodování považuje za důležité příjemný vzhled, patřičné oblékání, zdravotní handicap, spořádané rodinné poměry, politické skandály

nebo nestrannost politického kandidáta/politické kandidátky, a zda považuje za vhodné u politického kandidátky/kandidáta obezitu, řečnickou pohotovost, sebeovládání, viditelné tetování, neobvyklý účes, věk pod 30 let a věk nad 60 let a odlišný etnický původ. Dané vlastnosti byly hodnoceny na desetibodové škále.

Pátá část dotazníku byla věnována sociodemografickým údajům, aby byla rozpoznána struktura získaných dat. Byly zde kladeny otázky na pohlaví, věk, kraj, velikost bydliště, vzdělání a ekonomický status. V poslední části mohli respondenti také odpovědět na otázku, koho volili v parlamentních volbách v říjnu 2017 a zda si myslí, že by reálně volili dané politické kandidáty, kdyby jim byly poskytnuty dané informace a název politické strany. Danou otázkou bylo cílem reflektovat strukturu dotazníku a jeho postavení vzhledem k reálné situaci volebního rozhodování. Respondenti také měli šanci se vyjádřit k dotazníku či k tématu volebního rozhodování.

3.3 Sběr dat

Dotazníkové šetření se uskutečnilo v době od 30.12.2018–28.2.2019. Výběrový soubor tvořili dospělí občané ČR, tj. všichni obyvatelé staší 18 let, neboť jsou schopni reflektovat současnou politickou situaci. Z důvodu experimentální orientace výzkumu a cíle získat větší vzorek respondentů byl zvolen sběr dat prostřednictvím webového dotazníku na LimeSurvey.ff.cuni.cz a metody snowing ball. Respondenti byli oslovováni prostřednictvím sociálních sítí, e-mailů i osobně, na diskuzních fórech k politickým článkům, žádosti o vyplnění dotazníku byly zasílány na univerzity, městské úřady i na některé firmy. Za dané období bylo získáno celkem 802 vyplnění, z toho 522 respondentů vyplnilo dotazník k úplnému závěru, 280 respondentů jej v určité fázi nedokončilo. Dotazník byl zobrazen 1235krát, jeho návratnost lze vyjádřit 65 %.

3.4 Metody analýzy

Data byla analyzována v programu IBM SPSS Statistics. Nejprve bylo zobrazeno procentuální a celkové rozložení dat pomocí četnostních a kontingenčních tabulek. Poté byly zobrazeny průměrné hodnoty dat, mediány a modusy. Pro zjištění vztahu mezi proměnnými a jeho síly byly využívány korelační koeficienty, Phi koeficient pro dichotomické proměnné, Kendallovo tau c pro ordinální proměnné s mnoha kategoriemi nebo s různým počtem kategorií a Kendallovo tau b pro ordinální proměnné se stejným a zároveň malým počtem kategorií.

Pro zjištění signifikantních rozdílů v odpovědích mezi kategoriemi charakteristik respondenta byly využívány kontingenční tabulky pro kategoriální proměnné a neparametrické testy. Pro desetibodové škály (pravolevá orientace, atributy vhodnosti a důležitosti politických kandidátů) byly provedeny neparametrické testy rozdílů z důvodu ordinální povahy a nenormálního rozdělení proměnných (testováno pomocí testu Kolmogorov-Smirnov). V případě dvou kategorií proměnné byl využit Mann-Whitney test (např. pro pohlaví, dichotomickou proměnnou politický zájem a nejvyšší ukončené vzdělání), při více kategoriích byl využit Kruskal Wallis test, pokud se prokázala signifikance rozdílů, byly následně provedeny testy Mann-Whitney za pomoci hodnocení signifikance testů vypočítané Bonferonniho korekce.

Faktorová analýza byla využita pro seskupení sady proměnných (atributů vhodnosti a důležitosti a hodnocení charakteristik politických kandidátů bez poskytnutí politických informací) a nalezení faktorů v pozadí. Na základě výstupů faktorové analýzy o hodnocení politických kandidátů byly vytvořeny faktory hodnocení politických kandidátů. Faktory byly vytvořeny zprůměrováním hodnot proměnných (metoda compute=mean), nikoliv metodou uložených faktorových skóre, neboť faktory nevycházely u všech

kandidátů jednotně a byla v nich zaznamenána přítomnost jiných proměnných.

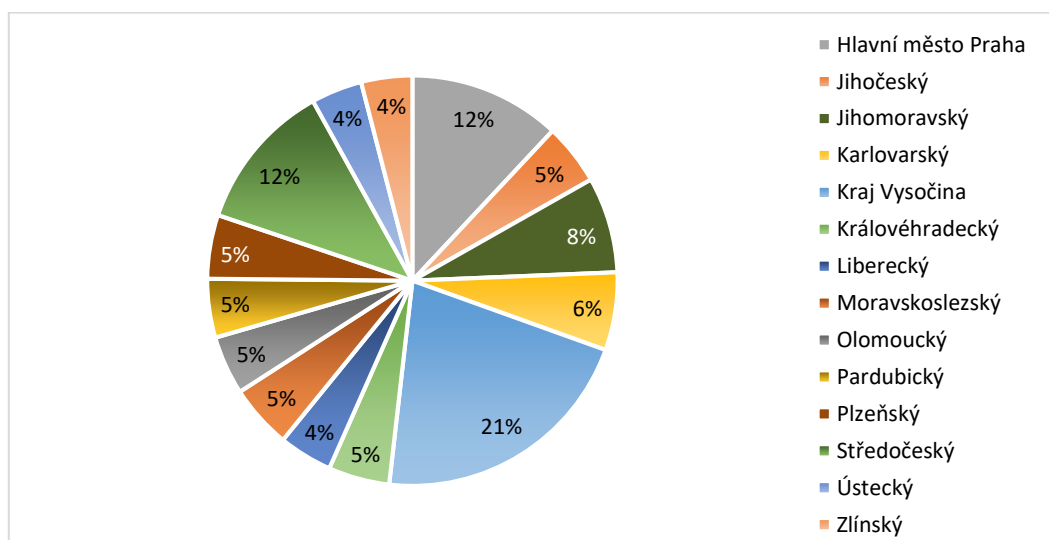
Logistická regresní analýza zkoumala fenomény, které ovlivňují závislou proměnnou umístění kandidáta/kandidátky. Umístění kandidátů bylo rekódováno na dichotomickou proměnnou (1=umístění na prvním a druhém místě, 0=umístění na třetím až pátém místě). Do modelu byly vloženy vzniklé faktory, které byly zanechány ve vytvořené formě (nerekódovány), odpovědi na politická témata (1=silný až střední souhlas, 0=střední kategorie, silný až střední nesouhlas) a charakteristiky respondentů, které byly převedeny na binární proměnné (politický zájem, pohlaví a věk).

Z důvodu snahy o hlubší porozumění byl vytvořen druhý model logistické regresní analýzy, ve které byl zkoumán vliv na závislou proměnnou umístění kandidáta/kandidátky prostřednictvím nezávislých proměnných – odpovědi na politická témata, charakteristiky respondenta, faktory byly nahrazeny vybranými vlastnostmi, které byly hodnoceny respondenty na základě fotografie kandidátů bez poskytnutých informací. Dané proměnné byly zvoleny na základě zjištění z předchozích výzkumů (kompetence, atraktivita) za kontroly třetí proměnné (sympatie). Proměnné hodnocení prvního dojmu kandidátů byly vytvořené na desetibodové škále (1-10) a za účely regresní analýzy byly sloučeny do podoby dichotomické proměnné z důvodu snadnější interpretace (1=hodnota 7 až 10, 0=hodnota 1 až 6).

4 Výsledky analýzy dat

4.1 Sociodemografické a politicky zaměřené informace o respondentech

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 802 respondentů, z toho 522 respondentů vyplnilo dotazník k úplnému závěru. Dle vyplnění se dotazníkového šetření zúčastnilo 59 % žen a 41 % mužů (celkem z 526 respondentů, 276 neodpovědělo). Největší množství respondentů pocházelo z Kraje Vysočina, Hlavního města Prahy a Středočeského kraje, dané kraje by sloučením tvořily téměř polovinu respondentů (viz. Graf 1). Polovina respondentů žila v obcích do 10.000 obyvatel (49 %), 35 % respondentů žilo ve městech od 10.000 do 100.000 obyvatel a 16 % respondentů žilo ve městech nad 100.000 obyvatel (N=525).

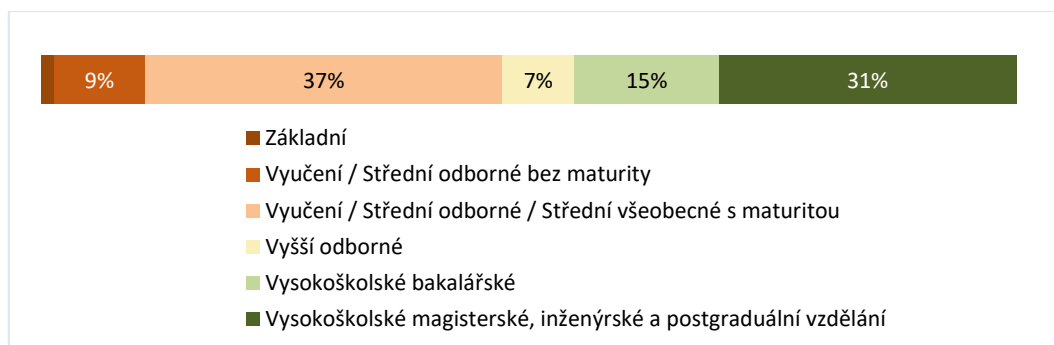


Graf 1: Rozložení respondentů dle krajů (N=526)

Věk respondentů byl relativně dobře rozložen – 31 % respondentů bylo ve věku 18 až 29 let, 25 % ve věku 30 až 39 let, 22 % respondentů ve věku 40 až 49 let a 22 % respondentů ve věku 50 a více let (z toho 6 % respondentů dosahovalo 60 a více let). Normálního rozložení ale věk nedosahoval, neboť

výrazně převažoval počet respondentů ve věku 20 až 30 let. Průměrný věk respondenta byl 38,56 let.

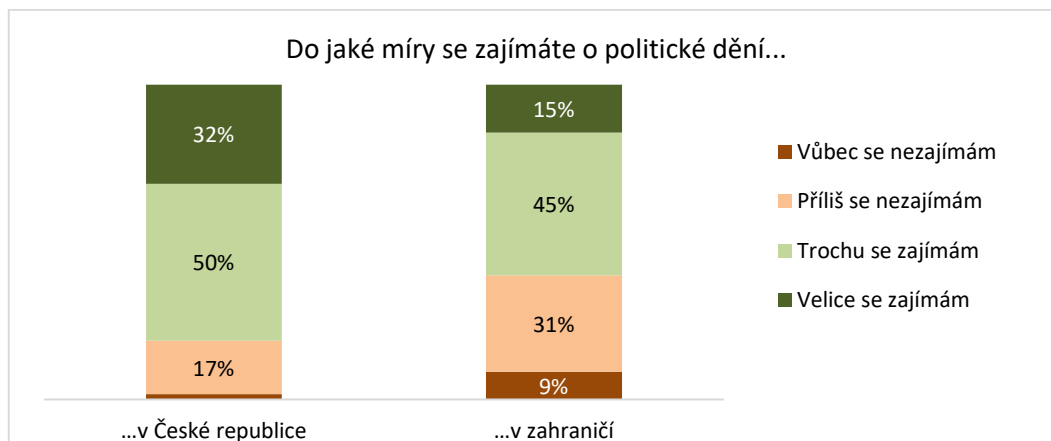
Vzhledem k úrovni vzdělání populace obsahoval datový soubor větší množství vysokoškolsky vzdělaných respondentů, kteří v datovém souboru tvořili téměř polovinu (viz. Graf 2). Respondenti byli z větší části zaměstnanci na plný úvazek, pouze 12 % respondentů byli studenti a 9 % soukromí podnikatelé nebo osoby výdělečně činné, 6 % byli zaměstnanci na částečný úvazek, 3 % osob ve starobním či invalidním důchodu a 2 % respondenti na mateřské či rodičovské dovolené (N=525, otázka s více možnostmi).



Graf 2: Rozložení respondentů dle nejvyššího ukončeného vzdělání (N=525)

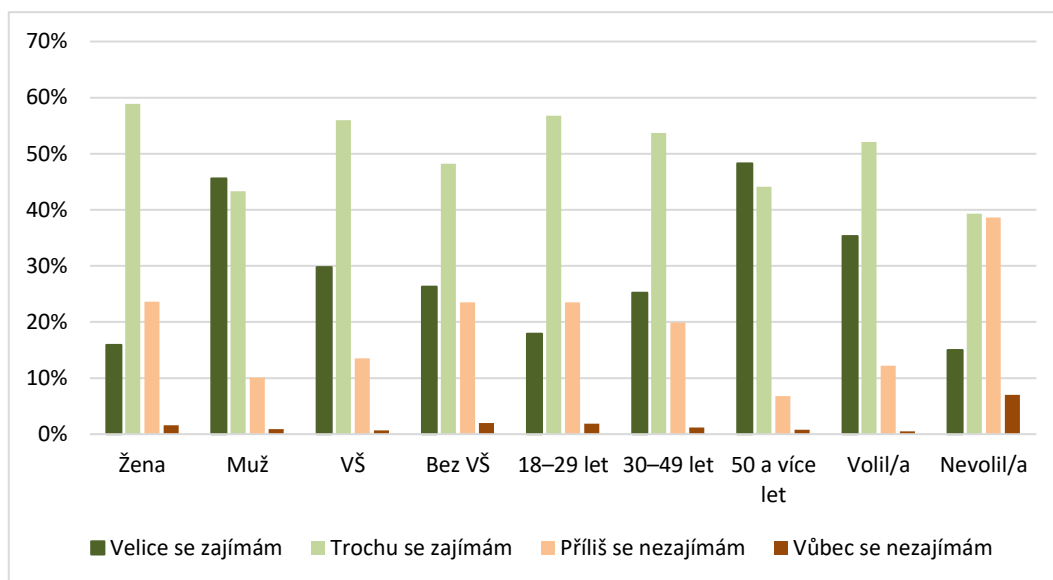
Respondenti měli sami určit svůj zájem o politické dění v České republice a v zahraničí. Většina označila, že sledují politické dění. O politické dění v České republice se velmi zajímalo 32 % respondentů a 50 % respondentů se zajímalo trochu, o politickou situaci v zahraničí se velice zajímalo 15 % respondentů a 45 % respondentů se zajímalo nepatrně (viz. Graf 3). Vzhledem k povaze výzkumu bylo dle očekávání vysoké množství informací získáváno z internetového prostředí. Nejvyužívanějšími zdroji informací, pomocí nichž se respondenti informovali o politickém dění, byla internetová zpravodajství a informační portály (84 %), televizní diskuze a televizní zpravodajství (68 %), tištěné noviny, časopisy a odborné magazíny (36 %) a rádio (30 %). Téměř třetina respondentů se také informovala z webových stránek a sociálních sítí politických stran (27 %). Pouze 1 % respondentů

odpovědělo, že získává zprávy o politickém dění z blízkého okolí (N=798, otázka s více možnostmi).



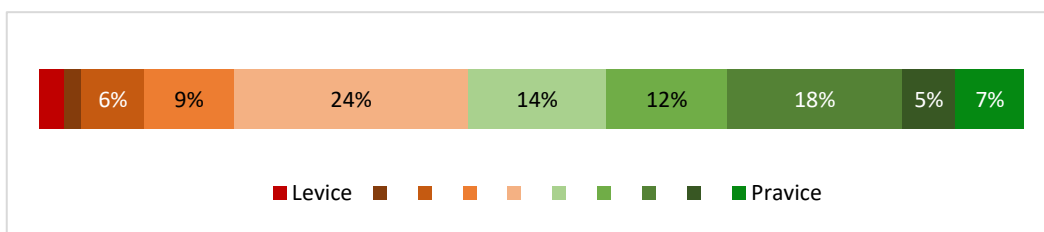
Graf 3: Zájem respondentů o politické dění v České republice a v zahraničí (N=781)

Na zájem respondenta o politické dění v České republice mělo signifikantní dopad pohlaví, nejvyšší ukončené vzdělání, věk respondenta a účast ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2017 (viz. Graf 4). Signifikantní rozdíl byl nalezen mezi pohlavím respondenta (Pearson Chi-Square 59,339, Sig. 0,000; Cramerovo V 0,336, Sig. 0,000), muži častěji než ženy odpovídali, že se více zajímají o politické dění. Zájem respondenta o politické dění v České republice byl také vyšší u respondentů s vysokoškolským vzděláním na rozdíl od respondentů bez vysokoškolského vzdělání (Pearson Chi-Square 10,910, Sig. 0,012; Cramerovo V 0,145, Sig. 0,012) a u respondentů vyššího věku (Pearson Chi-Square 38,030, Sig. 0,000; Kendallovo tau c – 0,205, Sig. 0,000). Dle očekávání byl také nalezen vztah mezi zájmem o politické dění v České republice a účastí ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2017 (Pearson Chi-Square 96,850, Sig. 0,000; Cramerovo V 0,352, Sig. 0,000), respondenti, kteří se účastnili voleb prokazovali vyšší zájem o politické dění.



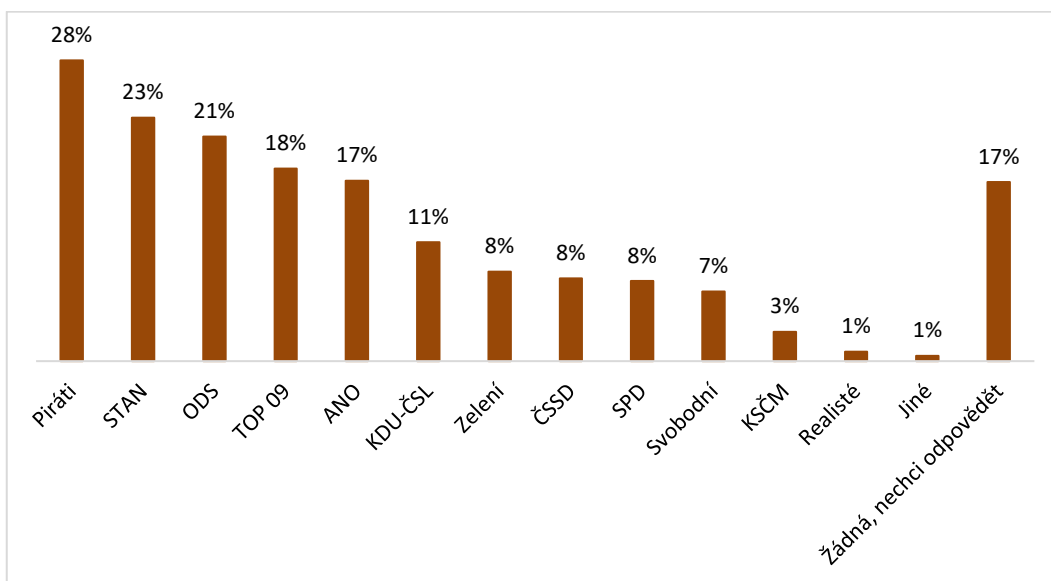
Graf 4: Zájem o politické dění v ČR dle pohlaví, nejvyššího dosaženého vzdělání, věkové kategorie a účasti ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2017 (N=522, 526, 781)

Pro bližší identifikaci datového souboru respondenti vyjadřovali svou politickou příslušnost na pravolevé škále. Na pravolevé škále 42 % respondentů stylizovalo svou politickou orientaci blíže k pravici, 38 % respondentů označilo střední hodnoty a pouze 20 % se přiřadilo k levicové orientaci (viz. Graf 5). Signifikantní rozdíl mezi respondenty byl nalezen v rámci pohlaví (Mann-Whitney U 29859,5, Sig. 0,030), ženy častěji uváděly střední kategorie proměnné než muži (střední kategorii uvedlo 47 % žen a 30 % mužů) a muži častěji uváděli pravicovou orientaci (pravicovou orientaci uvedlo 50 % mužů a 35 % žen). Rozdíl byl také nalezen z hlediska vzdělání (Mann-Whitney U 30366, Sig. 0,034), respondenti bez vysokoškolského titulu (46 %) častěji uváděli střední kategorie oproti respondentům s vysokoškolským vzděláním (36 %) a respondenti s vysokoškolským vzděláním uváděli častěji pravicovou orientaci (45 %) oproti respondentům bez vysokoškolského vzdělání (36 %).



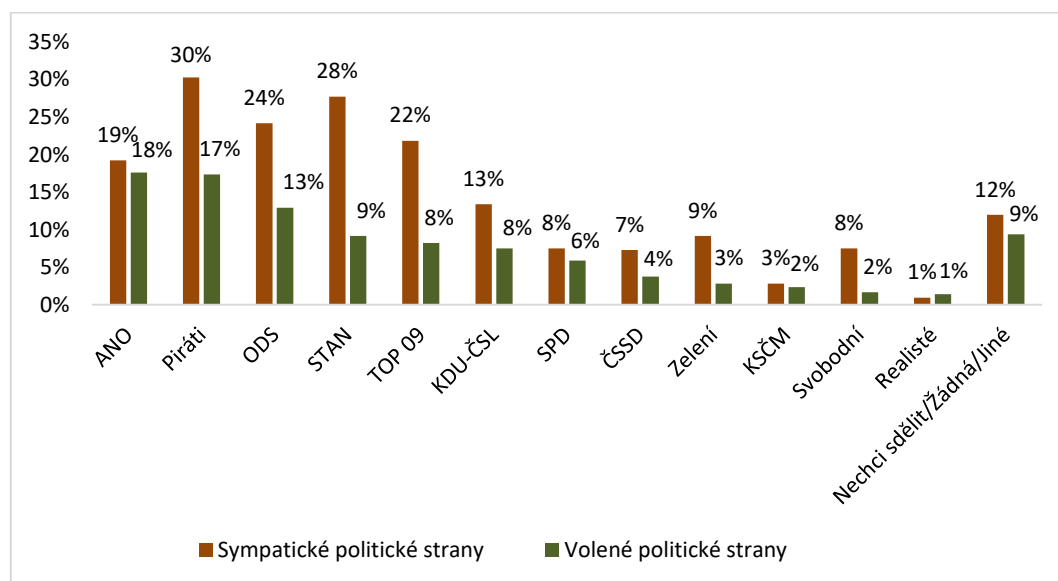
Graf 5: Rozložení respondentů dle pravolevé politické orientace (N=798)

Z politických stran a hnutí byla respondentům nejvíce sympatická Česká pirátská strana (28 %), STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ (23 %), Občanská demokratická strana (21 %) a TOP 09 (18 %). Ačkoli strana ANO 2011 vyhrála říjnové volby, sympatizovalo s ní pouze 17 % respondentů (viz. Graf 6). Při hledání spojitostí mezi politickými stranami a hnutími, které byly respondentům sympatické, byla zjištěna nejsilnější korelace mezi politickými stranami/hnutími TOP 09 a STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ (Φ 0,296, Sig. 0,000), TOP 09 a Občanská demokratická strana (Φ 0,253, Sig. 0,000), a Česká pirátská strana a Strana zelených (Φ 0,222, Sig. 0,000). Korelace vykazují středě silný pozitivní vztah, respondenti je častěji označovali současně za bližší politické strany a hnutí.



Graf 6: Politické strany a hnutí, které byly respondentům blízké (N=802, otázka s více možnostmi)

Podíl politicky aktivních respondentů v dotazníkovém šetření byl poměrně vysoký. Většina respondentů (82 %) volila ve volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v říjnu 2017 a 4 % respondentů byla členy politické strany/hnutí (z celkového počtu 784 respondentů). Respondenti, kteří se účastnili voleb v říjnu 2017, nejčastěji volili politickou stranu ANO 2011, Českou pirátskou stranu a Občanskou demokratickou stranu. Zajímavé je porovnání politických stran a hnutí, které byly respondentům sympatické, s politickými stranami a hnutími, které respondenti volili v říjnu 2017 (viz. Graf 7). Je zde patrné, že existuje více politických stran, které jsou respondentům blízké, respondenti nemají zcela vyhraněnou preferenci politické strany, a tudíž jsou při volebním hlasování nuceni k selekci. Lze vyvodit, že ačkoli byly například politické strany a hnutí STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ, TOP 09, Strana zelených a Strana svobodných občanů respondentům sympatické, jejich šance na reálné zvolení byla oproti jiným politickým stranám a hnutími více než o polovinu nižší.



Graf 7: Porovnání politických stran a hnutí, které byly respondentům sympatické, a politických stran a hnutí, které respondenti volili v říjnu 2017 (N=423; pouze odpovědi respondentů, kteří se zúčastnili voleb v říjnu 2017)

4.2 Faktory rozhodování při volbě politických stran

Jak bylo již zmíněno výše, některé politické strany byly respondentům sympatické, ale při reálných volbách je volila necelá polovina. Vystává otázka, co respondenty ovlivňuje při jejich volebním rozhodování. V explicitně vyjádřené otázce směřující na vědomé činitele volebního rozhodování při volbě politických stran se projevilo, že respondenti byli dle očekávání nejvíce ovlivněni programem politických stran. Daný podíl ale není tak vysoký, jaký by se při ideálním volebním rozhodování předpokládal, téměř jedna třetina respondentů se o volební program politické strany aktivně nezajímala. Více než polovina respondentů také přiznala, že byla ovlivněna sdílením stejných hodnot a osobnostmi v čele politických stran (viz. Graf 8).

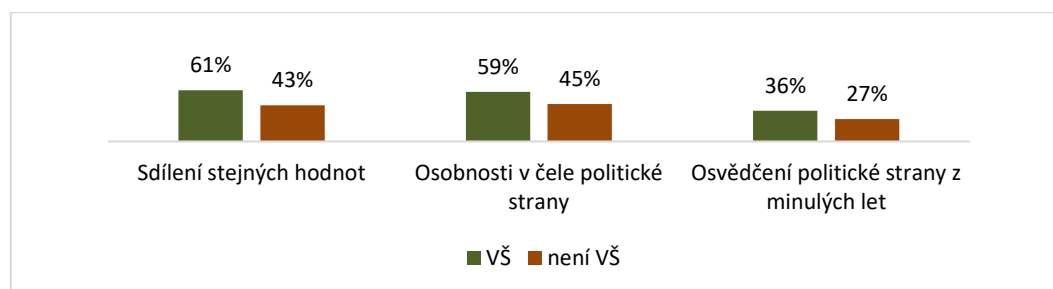


Graf 8: Faktory volebního rozhodování respondentů (N=802, otázka s více možnostmi)

Zjištěný zájem o volební programy politických stran odpovídá i výzkumu STEM MARK (2017). Výsledky evokují, že přibližně jedna třetina obyvatel se nezajímá o politické programy. Je otázkou, kteří respondenti se více spoléhají na politický program a kteří respondenti jsou častěji ovlivněni jinými faktory volebního rozhodování.

Při hledání vztahů mezi činiteli volebního rozhodování a sociodemografickými charakteristikami respondentů byl zjištěn statisticky významný rozdíl v rámci pohlaví respondentů pouze u principu menšího zla (Pearson Chi-Square 6,331, Sig. 0,012; Phi – 0,110, Sig. 0,012). Princip menšího zla uváděly častěji ženy (22 % žen) než muži (13 % mužů). U jiných faktorů se respondenti z hlediska pohlaví nelišili.

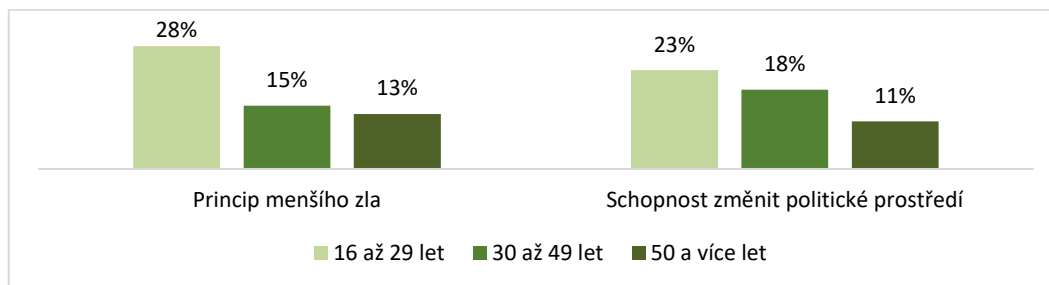
Signifikantní rozdíly byly dále nalezeny v rámci nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů u faktorů sdílených hodnot (Pearson Chi-Square 17,238, Sig. 0,000; Phi – 0,182, Sig. 0,000), osobnosti v čele politických stran (Pearson Chi-Square 10,774, Sig. 0,001; Phi – 0,144, Sig. 0,001) a osvědčení strany z minulých let (Pearson Chi-Square 5,579, Sig. 0,018; Phi – 0,103, Sig. 0,018). Respondenti s vysokoškolským vzděláním označovali dané faktory častěji než respondenti bez vysokoškolského titulu (viz. Graf 9). Není jisté, z jakého důvodu byly nalezeny dané rozdíly, zda se jedná o reálnou preferenci faktorů volebního rozhodování, nebo respondenti pouze častěji označovali dané možnosti.



Graf 9: Vybrané faktory volebního rozhodování dle nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů (N=526)

Signifikantní rozdíly byly nalezeny i při analýze věkových kategorií respondentů u principu menšího zla (Pearson Chi-Square 15,618, Sig. 0,000; Cramerovo V 0,172, Sig. 0,000) a podstatné změny politického prostředí (Pearson Chi-Square 6,465, Sig. 0,039; Cramerovo V 0,111, Sig. 0,039). Mladší věková skupina dané faktory uváděla častěji oproti nejstarší věkové skupině (viz. Graf 10). Faktor podstatné změny politického prostředí byl u nejmladší věkové skupiny respondentů očekáván z důvodu vyhranění se vůči politickým

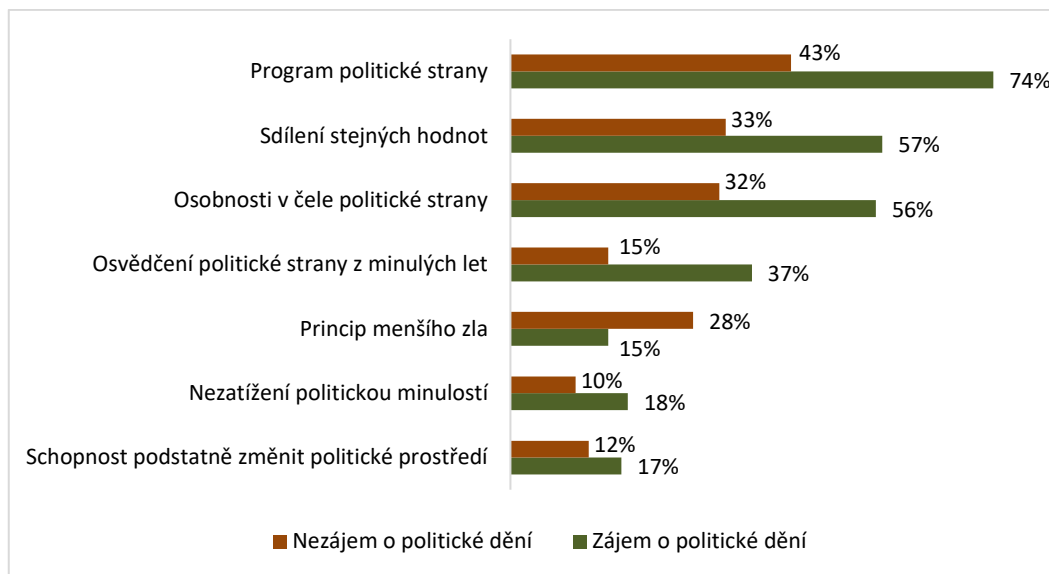
stranám působících dlouhodobě na politické scéně, založených na jiných hodnotách a principech, a vyhranění se proti stálým konstruktům.



Graf 10: Vybrané faktory volebního rozhodování dle věkových kategorií respondentů (N=526)

Na činitele volebního rozhodování bylo také nahlíženo z hlediska zájmu o politické dění v České republice. U většiny faktorů byl zjištěn signifikantní rozdíl mezi respondenty, kteří projevovali politický zájem a respondenty, kteří se vyjádřili, že se o politické dění nezajímají, výjimkou byl faktor podstatné změny politického prostředí (Pearson Chi-Square 2,054, Sig. 0,152; Phi 0,051, Sig. 0,152). Daný faktor byl nejméně preferován bez ohledu na vyjádřený zájem o politické dění, odlišnost ve využívání daného činitele byla nalezena pouze v rámci věkových kategorií respondentů.

Respondenti, kteří uváděli zájem o politické dění, označovali všechny faktory volebního rozhodování častěji, oproti respondentům bez politického zájmu, mimo principu menšího zla (viz. Graf 11). Princip menšího zla byl také častěji vybírán u žen a mladých respondentů, kteří vyjadřovali nižší zájem o politické dění. Princip menšího zla může být pro voliče kognitivní zkratkou, při které nemusí oplývat podrobnými informacemi z politického prostředí a projevovat aktivní zájem při hledání informací o cílech a politickém programu strany.



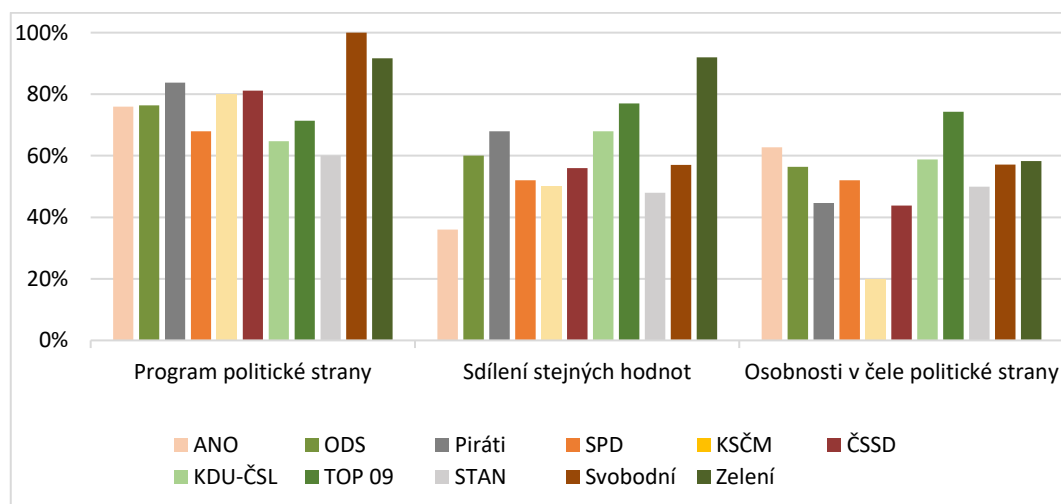
Graf 11: Faktory volebního rozhodování dle vyjádřeného zájmu o politické dění v České republice (N=781, otázka s více možnostmi)

Preferované faktory volebního rozhodování se významně lišily i z hlediska pravolevé politické orientace a z hlediska volených politických stran/hnutí v říjnu 2017 (viz. Graf 12). Signifikantní rozdíly byly nalezeny u faktorů program politické strany (Pearson Chi-Square 17,491, Sig. 0,000; Cramerovo V 0,148, Sig. 0,000), osobnosti v čele politické strany (Pearson Chi-Square 11,776, Sig. 0,003; Cramerovo V 0,121, Sig. 0,003) a sdílení stejných hodnot (Pearson Chi-Square 9,077, Sig. 0,011; Cramerovo V 0,106, Sig. 0,011). Pravicově orientovaní respondenti (58 %) byli častěji ovlivňováni osobnostmi v čele politických stran než levicově orientovaní (47 %) a střed (45 %). Neznatelnější byl daný rozdíl u politických stran/hnutí Komunistická strana Čech a Moravy, ANO 2011 a TOP 09. Politické strany levicového zaměření (KSČM, ČSSD) nemají v takové míře medializované osobnosti na rozdíl od pravicových politických stran/hnutí (TOP 09, ANO 2011), tudíž respondenti nemusí mít dostatečné povědomí o daném politikovi či političce, či daná politická strana není automaticky spojována s výraznou osobou v čele politické strany.

U faktorů program politické strany a sdílení stejných hodnot se významně lišily odpovědi pravicově a levicově orientovaných respondentů od

respondentů, kteří označovali střední kategorii. Při volebním rozhodování považovalo za důležitý politický program 69 % pravicově orientovaných respondentů, 77 % levicově orientovaných a 59 % respondentů orientovaných na střed. Nižší zájem o politický program projevovali voliči STAROSTŮ A NEZÁVISLÝCH a Křesťanské a demokratické unie – Československé strany lidové, naopak vyšší zájem projevovali voliči Strany svobodných občanů a Strany zelených. Z daných skutečností nelze vyvodit spojitost, že by u mladších (případně starších) politických stran byl vyšší zájem o politický program z řad respondentů.

Zajímavé je, že sdílení stejných hodnot i politický program byly podstatné pro voliče Strany zelených, zatímco sdílení stejných hodnot se zvýšilo u hnutí STAROSTŮ A NEZÁVISLÝCH a snížilo u Strany svobodných občanů na rozdíl od výběru politického programu. Sdílení stejných hodnot bylo také klíčové pro TOP 09 a nejméně důležité pro voliče hnutí ANO 2011, pro které byly podstatnější politický program a politické osobnosti. Sdílení stejných hodnot považovalo za důležité 55 % pravicově orientovaných respondentů, 56 % levicově orientovaných a 44 % respondentů orientovaných na střední hodnoty pravolevé škály.






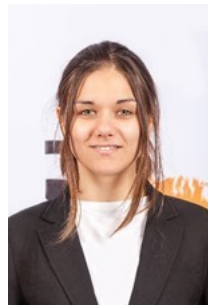

Graf 12: Výběr nejčastějších faktorů volebního rozhodování dle volené strany v říjnu 2017 (N=423, otázka s více možnostmi)

4.3 Hodnocení politických kandidátů a kandidátek na základě vzhledu






Hodnocení fotografií politických kandidátů a kandidátek bez politických informací nebylo pro respondenty snadné. Někteří respondenti hodnotili kandidáty pouze ve středních kategoriích, jiní respondenti střední kategorie využívali pouze výjimečně. Aby nedocházelo k většinové volbě střední kategorie, byla tato možnost zamezena prostřednictvím sudé škály. Z daného důvodu se tudíž respondent musel rozhodnout, zda se přiklání k pozitivní či negativní vlastnosti kandidáta, a i ve znění otázky byl podpořen, aby se středních kategorií vyvaroval, pokud to bude možné. Aby se zabránilo automatickému hodnocení, byly pozitivní a negativní hodnoty přeházeny.

Průměrné hodnocení ukázalo (viz. Tabulka 1, Tabulka 2), že politické kandidátky byly výrazně pozitivněji hodnoceny v atraktivitě a sympatii, příznivější hodnocení získaly také v charisma a upřímnosti, zároveň byla i vyšší pravděpodobnost jejich zvolení oproti mužským kandidátům (průměrná pravděpodobnost zvolení u politické kandidátky dosahovala 35,81 %, u politického kandidáta 31,54 %).

Nejvýraznější rozdíl byl nalezen v hodnocení atraktivity, ve které politické kandidátky získaly v průměru hodnotu 4,54 oproti průměru 5,99 mužských kandidátů (na stupnici od 1 do 10, nižší číslo označovalo pozitivní hodnocení). Vysoký rozdíl byl také nalezen v sympatii, ve které politické kandidátky získaly v průměru 4,16 oproti průměru 5,45 mužských kandidátů. Politickým kandidátkám bylo také přisuzováno více charisma, v průměru politická kandidátka získala 4,90 oproti průměrnému hodnocení kandidáta 5,56.

															
	Kandidátka A			Kandidátka E			Kandidátka B			Kandidátka D			Kandidátka C		
	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus
Kompetentní	4,24	4	5	4,16	4	5	4,34	4	5	5,90	6	5	5,86	6	5
Atraktivní	3,10	3	3	3,82	3	2	5,48	5	5	4,49	4	3	5,98	6	6
Charismatická	4,41	4	3	4,30	4	3	4,95	5	5	5,47	5	5	5,50	5	4
Sympatická	3,48	3	3	3,82	3	2	4,37	4	3	4,50	4	3	4,82	5	3
Upřímná	4,81	5	5	4,63	5	5	4,70	5	5	4,80	5	5	4,89	5	5
Řečnický obratná	4,21	4	5	4,10	4	5	4,47	4	5	5,49	5	5	5,03	5	5
Schopná vlastního názoru	4,04	4	3	3,99	4	3	4,24	4	3	4,91	5	6	4,92	5	6
Schopná prosazovat vlastní názor	4,50	4	5	4,33	4	5	4,84	5	5	5,55	5	5	5,14	5	5
Pravděpodobnost volby (v %)	42,3	50	50	38,4	40	50	36,9	40	50	30,3	30	50	29,9	30	50

Tabulka 1: Hodnocení fotografií politických kandidátek, nižší hodnoty znamenají pozitivnější hodnocení (N=724, 625, 681, 639, 659), znění otázek: 1) Jaký je Váš názor na kandidátku bez ohledu na název politické strany, za kterou kandiduje? Prosím ohodnoťte následující vlastnosti na základě fotografie kandidátky na desetibodové škále. Nejprve se rozhodněte, zda se přikláníte nalevo či napravo, a poté v jaké intenzitě. 2) Jaká je pravděpodobnost, že byste volil/a danou kandidátku?

	 Kandidát D			 Kandidát E			 Kandidát A			 Kandidát C			 Kandidát B		
	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus	Průměr	Medián	Modus
Kompetentní	3,54	3	3	4,22	4	5	4,13	4	3	5,31	5	5	6,02	6	5
Atraktivní	3,13	3	2	4,86	5	3	6,79	7	8	7,27	8	10	7,85	8	10
Charismatický	3,41	3	2	4,93	5	5	5,88	6	5	6,38	6	10	7,14	8	10
Sympatický	3,21	3	2	4,22	4	3	5,98	6	6	6,86	7	10	6,97	7	10
Upřímný	4,37	4	5	4,34	4	5	5,44	5	5	6,04	6	5	5,67	5	5
Řečnický obratný	3,64	3	3	4,20	4	5	4,34	4	5	4,79	5	5	5,25	5	5
Schopný vlastního názoru	3,57	3	2	4,05	4	3	3,98	4	2	4,33	4	3	5,13	5	5
Schopný prosazovat vlastní názor	3,86	3	2	4,44	4	3	4,61	4	5	4,65	4	5	5,58	5	5
Pravděpodobnost volby (v %)	45,5	50	50	39,0	40	50	30,0	30	30	22,1	20	20	21,2	20	20

Tabulka 2: Hodnocení fotografií politických kandidátů, nižší hodnoty znamenají pozitivnější hodnocení (N=536, 534, 550, 541, 549), znění otázek: 1) Jaký je Váš názor na kandidáta bez ohledu na název politické strany, za kterou kandiduje? Prosím ohodnoťte následující vlastnosti na základě fotografie kandidáta na desetibodové škále. Nejprve se rozhodněte, zda se přikláníte nalevo či napravo, a poté v jaké intenzitě. 2) Jaká je pravděpodobnost, že byste volil/a daného kandidáta?

Politické kandidátky byly také celkově považovány za upřímnější, ale rozdíl již nebyl patrný, průměr hodnocení upřímnosti u politických kandidátek dosahoval 4,74, zatímco u politických kandidátů 5,18. Hodnocení kompetentnosti, schopnosti prosazovat vlastní názor, schopnosti mít vlastní názor a řečnické obratnosti se signifikantně nelišilo, ale v těchto hodnotách měli lehce pozitivnější hodnocení kandidáti oproti kandidátkám. Z průměrného hodnocení kandidátů nelze potvrdit hypotézu, že by kandidátky byly hodnoceny kritičtěji, spíše naopak, kandidátky získávaly nad kandidáty výhodu pomocí svého vzhledu.

Umístnění kandidátek a kandidátů na základě průměrného hodnocení vlastností a také zohlednění pravděpodobnosti volby mělo společné znaky. Na prvním místě se objevili ti, kteří byli považováni za nejvíce atraktivní, na střední hodnotě byli kandidáti v nejvyšším věku a na posledním místě se umístili kandidáti s obezitou. Nízký věk a etnický původ kandidátky a kandidáta neměl stejný dopad. Kandidátka D s nízkým věkem se umístila na čtvrtém místě, oproti o rok staršímu kandidátovi E, který se umístil na druhém místě. Kandidátka E s asijským původem se umístila na druhém místě, ale kandidát B indického původu se umístil na čtvrtém místě. Lze tedy potvrdit hypotézy, že atraktivní kandidáti byli hodnoceni pozitivněji a kandidáti s nadváhou byli hodnoceni negativněji oproti ostatním kandidátům. Hypotézy o věku a etnickém původu kandidátů nebyly potvrzeny.

Vzhledem k různorodosti vlastností vznikla snaha o jejich seskupení do společných faktorů. Pomocí sady faktorových analýz pro každého z kandidátů byly vytvořeny tři faktory (viz. Tabulka 3, Tabulka 4). První faktor byl tvořen proměnnými řečnickou obratností, schopností vlastního názoru a schopností prosazovat vlastní názor. Daný faktor byl vytvořen u kandidátky B a kandidátky E, u jiných kandidátů se do daného faktoru připojila v silné míře kompetence (kandidátka A, kandidátka C, kandidátka D, kandidát A, kandidát B, kandidát C, kandidát D). Druhý faktor byl tvořen atraktivitou a sympatií, daný faktor byl samostatný u kandidátky E, u kandidátek A, B a D byla částečně

připojena i schopnost vlastního názoru, u kandidátky C byla připojena kompetence, u kandidátů A, B, C a D i částečně charisma. Poslední faktor byl tvořen charisma, kompetencí a upřímností, ke kterému se připojila u některých kandidátů i částečně řečnická obratnost. Netradiční propojení faktorů měla kandidátka C, kandidátka D a kandidát E.

	Kandidátka A			Kandidátka C			Kandidátka E		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Atraktivní	0,160	0,829	0,152	0,233	0,850	-0,046	0,231	0,884	0,192
Sympatická	-0,004	0,836	0,308	0,068	0,799	0,340	0,343	0,819	0,238
Charismatická	0,142	0,170	0,831	0,406	0,586	0,218	0,730	0,388	0,197
Kompetentní	0,484	0,218	0,507	0,621	0,463	-0,015	0,620	0,238	0,376
Upřímná	0,289	0,213	0,701	0,241	0,180	0,918	0,815	0,176	0,160
Řečnický obratná	0,742	0,018	0,341	0,794	0,092	0,269	0,558	0,192	0,606
Schopná vlastního názoru	0,703	0,505	-0,086	0,669	0,254	0,067	0,062	0,441	0,782
Schopná prosazovat vlastní názor	0,748	-0,003	0,282	0,802	0,129	0,165	0,393	0,076	0,764

Tabulka 3: Faktorové skóry hodnocení vybraných politických kandidátek (N=625, Principal components, Varimax rotace)

	Kandidát B			Kandidát D			Kandidát E		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Atraktivní	0,191	0,882	0,019	0,271	0,882	0,168	0,812	0,136	0,178
Sympatický	0,166	0,802	0,256	0,222	0,848	0,321	0,771	0,064	0,472
Charismatický	0,082	0,605	0,596	0,128	0,519	0,689	0,828	0,316	-0,163
Kompetentní	0,429	0,320	0,537	0,481	0,378	0,591	0,482	0,605	0,162
Upřímný	0,223	0,078	0,851	0,253	0,107	0,853	0,649	0,298	0,250
Řečnický obratný	0,730	0,136	0,314	0,755	0,200	0,316	0,171	0,825	0,112
Schopný vlastního názoru	0,843	0,207	0,033	0,754	0,463	0,018	0,184	0,389	0,839
Schopný prosazovat vlastní názor	0,791	0,090	0,213	0,808	0,097	0,273	0,153	0,787	0,296

Tabulka 4: Faktorové skóry hodnocení vybraných politických kandidátů (N=534, Principal components, Varimax rotace)











V ohledu na výsledky faktorových analýz byly kandidáti vzájemně posuzováni ve shluku prvního dojmu (atraktivnost a sympatičnost), ve shluku ideálně-povahovém (kompetence, charisma, upřímnost) a ve shluku názorově-řečnickém (řečnická obratnost, schopnost mít vlastní názor a schopnost jej prosazovat).

Hodnocení prvního dojmu se téměř shodovalo s celkovým hodnocením všech vlastností, na prvních místech se umístili kandidát D, kandidátka A a kandidátka E, na čtvrtém a pátém místě byli nejmladší kandidáti, poté následovali kandidáti staršího věku, kandidáti s obezitou a kandidát indické etnicity (viz. Tabulka 5). Atraktivní kandidáti byli hodnoceni v atraktivitě téměř ve stejné míře jako v sympatii, méně atraktivní kandidáti získávali vždy vyšší hodnoty v sympatiích. Atraktivní kandidáti obdrželi také častěji pozitivní hodnocení v ideálně povahovém a názorově řečnickém shluku. Kandidátky A a E získaly vyšší hodnocení kompetentnosti, charisma, řečnické obratnosti, schopnosti mít vlastní názor a schopnosti jej prosazovat, ale hodnocení upřímnosti bylo odlišné, kandidátka E získala nejpozitivnější hodnocení ze všech kandidátek, zatímco kandidátka A druhé nejhorší hodnocení upřímnosti z kandidátek. Kandidát D získal pozitivní hodnocení ve všech vlastnostech.

Nejmladší kandidáti (kandidátka D a kandidát E) byli hodnoceni různorodě. Kandidátka D získala stejně vysoké hodnocení atraktivnosti i sympatie, ale hodnocení v ostatních vlastnostech bylo spíše průměrné, nejvyššího negativního hodnocení dosahovala v řečnické obratnosti a schopnosti prosazovat vlastní názor vzhledem k ostatním kandidátkám. Kandidát E byl pozitivně hodnocen ve všech vlastnostech mimo atraktivitu a charisma. Nelze říci, že by věk mladší třiceti let měl přímý vliv na přisouzené atributy na rozdíl od staršího věku šedesáti let. Oba kandidáti staršího věku (kandidátka C a kandidát A) získali pozitivní hodnocení v řečnické obratnosti, schopnosti mít vlastní názor a v kompetentnosti. Lépe byla hodnocena kandidátka C, neboť byla považována za sympatickou, horší hodnocení získal

kandidát A, neboť byl častěji považován za neatraktivního a méně sympatického.

Kandidáti s obezitou byli hodnoceni nejhůře ze všech kandidátů. Kandidát B získal vysoké negativní hodnocení atraktivnosti, charisma a sympatičnosti, i získané kompetence byly nejnižší vzhledem k ostatním kandidátům. Kandidátka C byla hodnocena pozitivněji, ale nejhůře z kandidátek. Negativní hodnocení získal také kandidát C indického původu, který získal nízké hodnocení atraktivnosti a sympatie, také nejhorší hodnocení upřímnosti ze všech kandidátů, ale byl pozitivně posuzován ve schopnosti mít vlastní názor.

Politici kandidáti											
		D	A	E	E	B	D	A	C	C	B
Faktor prvního dojmu	průměr	3,2	3,3	3,8	4,5	4,9	4,5	6,4	5,4	7,1	7,4
	umístění	1.	2.	3.	4.-5.	6.	4.-5.	8.	7.	9.	10.
Ideálně-povahový faktor	průměr	3,8	4,5	4,4	4,5	4,7	5,4	5,2	5,4	5,9	6,3
	umístění	1.	3.-4.	2.	3.-4.	5.	7.-8.	6.	7.-8.	9.	10.
Názorově-řečnický faktor	průměr	3,7	4,3	4,1	4,2	4,5	5,3	4,3	5,0	4,6	5,3
	umístění	1.	4.-5.	2.	3.	6.	9.-10.	4-5.	8.	7.	9.-10.

Tabulka 5: Průměr a umístění kandidátů a kandidátek ve faktorech přisuzovaných vlastností, seřazeno dle průměrného hodnocení všech charakteristik od pozitivního po negativní (N=535–724)

Jedna z hlavních otázek, kterou si předchozí výzkumy pokládaly, byla, jaký je vztah mezi přisouzenou kompetencí a atraktivitou. Při zprůměrování hodnot proměnných byl nalezen středně silný vztah, u politických kandidátek byl vztah silnější (Kendall tau c 0,270, Sig. 0,000) než u politických kandidátů (Kendall tau c 0,241, Sig. 0,000). Z výsledků lze usuzovat, že u politických kandidátek kompetence byla přisuzována na základě atraktivity častěji než u politických kandidátů. Nejsilnější vztah mezi atraktivitou a kompetencí se objevil u politického kandidáta D (Kendall tau c 0,481, Sig. 0,000) a politické

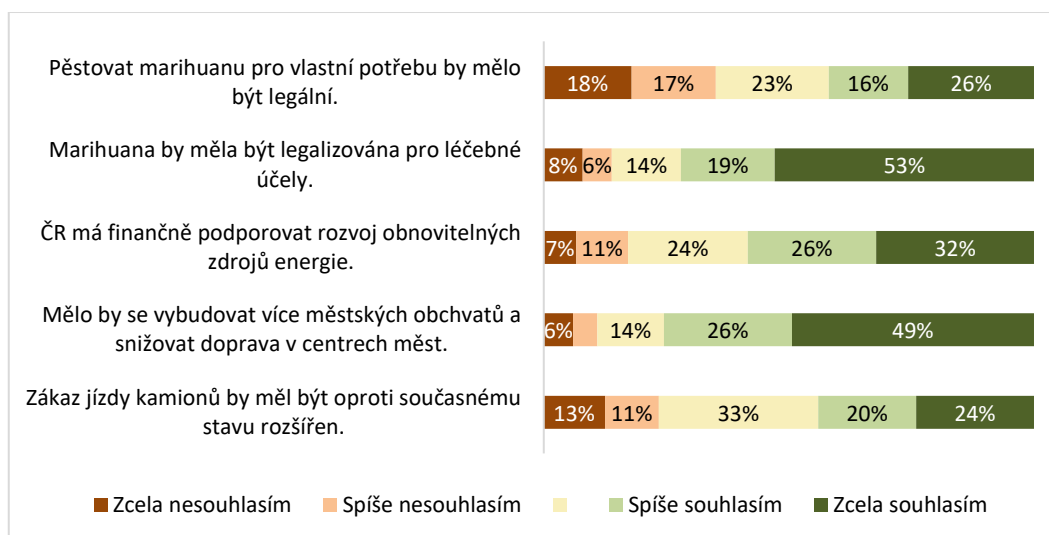
kandidátky E (Kendall tau c 0,393, Sig. 0,000). U daných politických kandidátů byla hodnocena vysoká míra atraktivity, která zvyšovala vnímání kompetence.

Žádný až nízký vztah byl nalezen u politického kandidáta A (Kendall tau c 0,114, Sig. 0,003). Daný kandidát nebyl považován respondenty za atraktivního, ale dosahoval z politických kandidátů nejstaršího věku. Je zřejmé, že vyšší věk u daného kandidáta ovlivňoval přisouzenou kompetenci, nikoliv jeho atraktivitu. Což lze vnímat také u politické kandidátky B staršího věku, vztah kompetence a atraktivity byl nižší než u ostatních kandidátů (Kendall tau c 0,249, Sig. 0,000).

Slabší vztah byl také nalezen u kandidátky D mladšího věku (Kendall tau c 0,229, Sig. 0,000), jejíž atraktivita byla v průměru vyšší než kompetence. U kandidátky D převážil opět atraktivitu věk v přisouzení kompetence, neboť kandidátčin věk nedosahoval třiceti let. Nižší věk ale neznamenal pro kandidáty nižší hodnocení kompetence. Naopak silný vztah mezi atraktivitou a kompetencí byl nalezen u kandidáta E mladšího věku (Kendall tau c 0,360, Sig. 0,000), u něhož věk pod třicet let neměl vliv na hodnocení kompetence, zde opět mohl pomoci fenomén atraktivity, neboť kandidát byl považován respondenty za druhého nejatraktivnějšího mužského kandidáta.

4.4 Politická témata

Pro zjištění, zda jsou respondenti ovlivněni vzhledem kandidáta či spíše jeho názory, byly do dotazníkového šetření zařazeny otázky na postoje respondentů k určitým tématům. Respondenti vyjadřovali své názory ke dvou typům politických témat, v první oblasti byly pokládány otázky na legalizaci marihuany pro léčebné účely a pro osobní potřebu, druhý okruh témat byl ekologický, zaměřen na podporu obnovitelných zdrojů, budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst a rozšíření zákazu kamionové dopravy. Více než dvě třetiny respondentů (72 %) se přikláněly k legalizaci marihuany pro léčebné účely, zatímco u tématu legalizace pěstování marihuany pro vlastní potřebu byl souhlas respondentů nižší (42 %). Nejvyšší míru souhlasu z tzv. trojicí ekologických témat získala otázka na budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst (75 %), následovala otázka na finanční podporu obnovitelných zdrojů energie (58 %), pouze necelá polovina respondentů souhlasila s rozšířením zákazu jízdy kamionů (44 %) (viz. Graf 13).



Graf 13: Míra souhlasu respondentů s jednotlivými politickými tématy (N=802)

Dle očekávání byla nalezena pozitivní korelace mezi proměnnými „legalizace marihuany pro léčebné účely“ a „legalizace pěstování marihuany

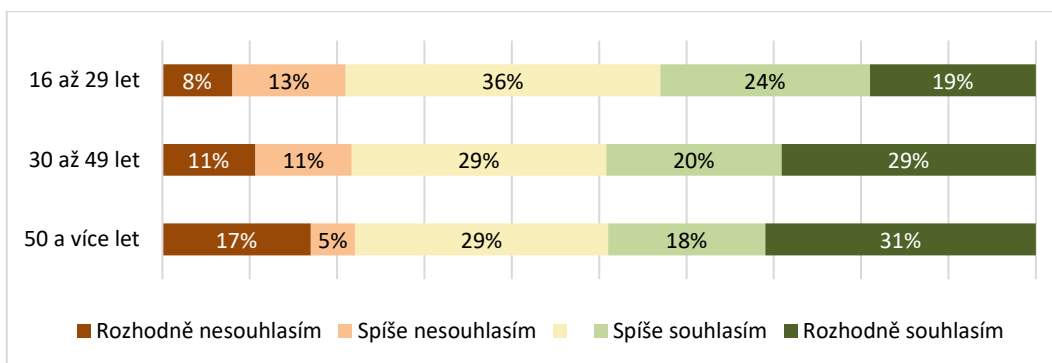
pro vlastní potřebu“, dané proměnné spolu významně souvisely (Kendall tau b 0,431, Sig. 0,000). Překvapivé bylo zjištění, že korelace proměnných „rozšíření zákazu jízdy kamionů“ a „budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst“ byla poměrně nízká (Kendall tau b 0,168, Sig. 0,000). Dané zjištění mohlo být způsobeno tím, že ač jsou si daná témata podobná v regulaci silniční dopravy, jedná se o jiné dopravní prostředky a o jiný dopad daných opatření na respondenty. Mohl se zde projevit typický znak pro konzumní společnost. Respondenti si byli vědomi, že pro rychlé a kompletní uspokojení svých potřeb je kamionová doprava důležitá, nebo zde také mohl působit vliv neznalosti současných regulací kamionové dopravy a situací v okolních zemích, kde jsou opatření přísnější než v České republice. Střední pozitivní korelace byla také nalezena mezi proměnnou „budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst“ a „finanční podporou obnovitelných zdrojů“ (Kendall tau b 0,207, Sig. 0,000) a mezi proměnnými „budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst“ a „legalizací marihuany pro léčebné účely“ (Kendall tau b 0,252, Sig. 0,000), první korelace ukazuje na souvislost daných témat, druhá korelace na shodný názor respondentů v daných tématech (viz. Tabulka 6).

Pro analýzu volebního rozhodování bylo podstatné zaměření na témata legalizace marihuany a rozšíření zákazu jízdy kamionů, které byly využity k vytvoření postojů fiktivních politických kandidátů (viz. Příloha č. 1, Příloha č. 2). Při hledání souvislostí mezi sociodemografickými vlastnostmi respondenta a jeho názory na daná politická témata nebyly nalezeny signifikantní rozdíly v rámci pohlaví respondentů a jejich zájmu o politické dění. Ženy a muži neměli výrazně odlišné názory na daná témata, ani respondenti s různým zájmem o politické dění.

	Rozšíření zákazu jízdy kamionů	Budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst	Legalizace marihuany pro léčebné účely	Legalizace pěstování marihuany pro vlastní potřebu	Finanční podpora obnovitelných zdrojů
Rozšíření zákazu jízdy kamionů	1	0,168 Sig. 0,000	0,082 Sig. 0,006	0,000 Sig. 0,995	0,108 Sig. 0,000
Budování městských obchvatů a snižování dopravy v centrech měst		1	0,252 Sig. 0,000	0,029 Sig. 0,332	0,207 Sig. 0,000
Legalizace marihuany pro léčebné účely			1	0,431 Sig. 0,000	0,157 Sig. 0,000
Legalizace pěstování marihuany pro vlastní potřebu				1	0,056 Sig. 0,052
Finanční podpora obnovitelných zdrojů					1

Tabulka 6: Síla korelačního koeficientu Kendall tau b a velikost signifikance mezi politickými tématy (N=802)

Signifikantní rozdíly byly nalezeny mezi věkovými skupinami u názoru na rozšíření zákazu jízdy kamionů (Pearson Chi-Square 17,580, Sig. 0,025, Cramerovo V 0,183, Sig. 0,025). Respondenti ve věku 16 až 29 let projevovali menší souhlas s daným názorem a častěji označovali střední hodnotu, zatímco respondenti ve věkové kategorii 50 a více let častěji projevovali krajní souhlas či nesouhlas (viz. Graf 14). S přibývajícím věkem respondentů se častěji vyhlašoval názor na dané téma.

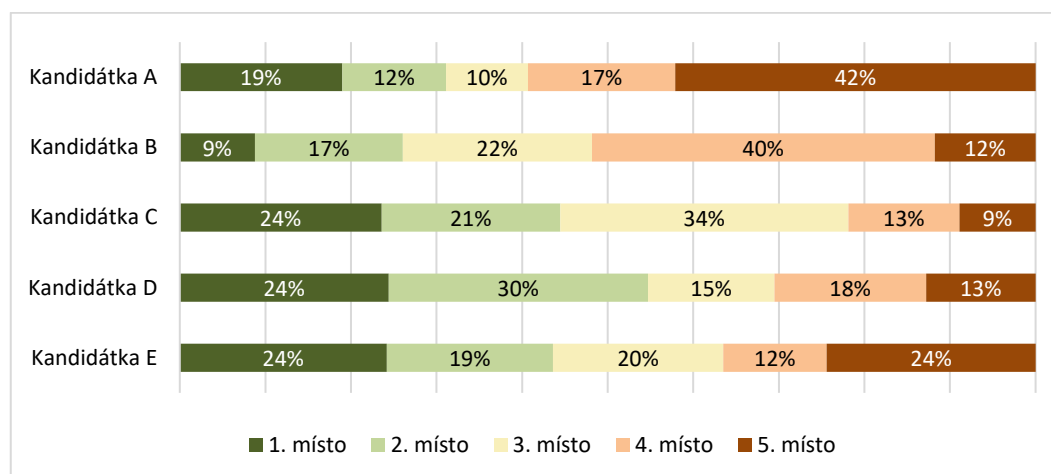


Graf 14: Názor respondentů na rozšíření zákazu jízdy kamionů oproti současnému stavu dle věkových kategorií (N=526)

Signifikantní rozdíl byl také nalezen v rámci nejvyššího dosaženého vzdělání respondentů u tématu pěstování marihuany pro vlastní potřebu (Pearson Chi-Square 15,513, Sig. 0,004; Cramerovo V 0,172, Sig. 0,004), respondenti bez vysokoškolského vzdělání (48 %) častěji souhlasili s legalizací marihuany pro osobní potřebu než respondenti disponující vysokoškolským titulem (36 %).

4.5 Fiktivní volby politických kandidátek a politických kandidátů

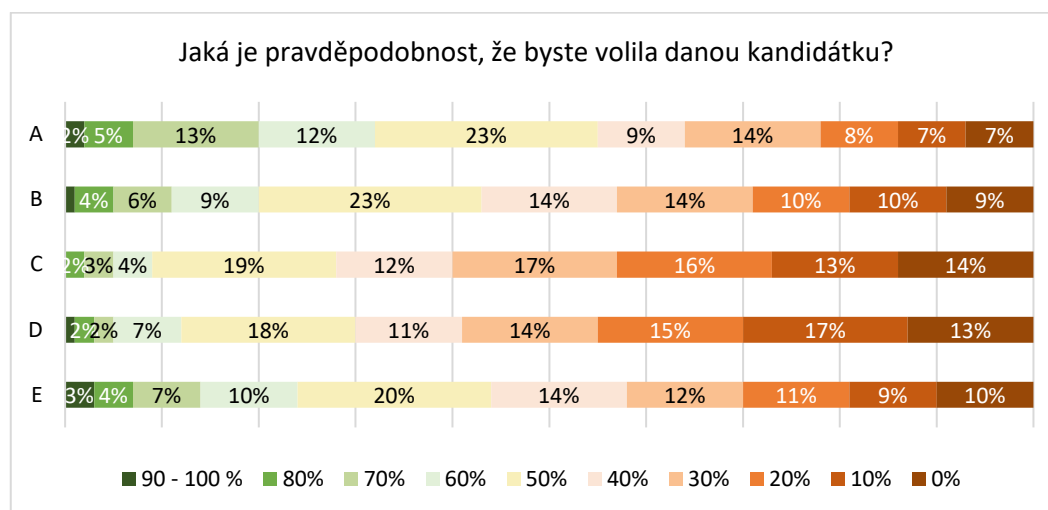
Ve fiktivních volbách měli respondenti k dispozici fotografii kandidátek a kandidátů, jejich věk, nejvyšší dosažené vzdělání, povolání a názor na politické téma – legalizaci marihuany pro léčebné účely/osobní potřebu a rozšíření zákazu jízdy kamionů (viz. Příloha č.1, Příloha č. 2). Z politických kandidátek byla ve fiktivních volbách nejúspěšnější kandidátka D, která byla ve více než u poloviny respondentů zvolena na 1. nebo 2. místo, poté následovala kandidátka C a s obdobným výsledkem i kandidátka E. Kandidátka A získala u 42 % respondentů poslední umístění, byla nejméně oblíbena, ačkoli by jí volilo na první místo o více než dvojnásobek respondentů než kandidátku B (viz. Graf 15).



Graf 15: Fiktivní volby politických kandidátek od 1. místa po 5. místo se zobrazením personálních informací a politického postoje (N=594)

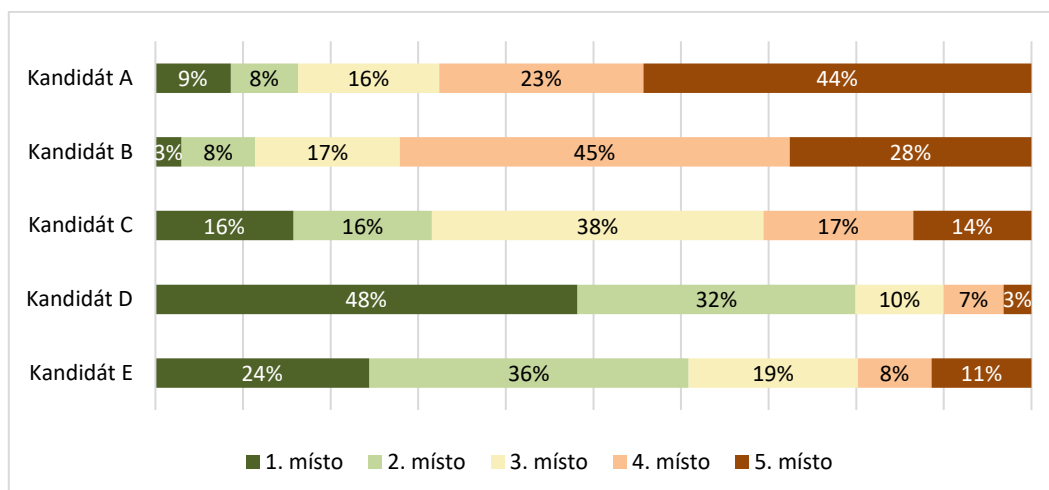
Zajímavé bylo porovnání umístění kandidátek a pravděpodobnosti jejich zvolení bez poskytnutí politické a personální informace (viz. Graf 16). Nejméně oblíbené byly kandidátka C a kandidátka D, u kterých vyjádřilo méně než 13 % respondentů pravděpodobnost zvolení nad 60 %, nejoblíbenější byla kandidátka A, u které 32 % respondentů vyjádřilo pravděpodobnost volby nad 60 %. Nejsilnější vztah mezi počáteční pravděpodobností zvolení a umístěním

kandidátky byl nalezen u kandidátky D (Kendall tau c 0,201, Sig. 0,000), u kandidátek B, C a E byla síla vztahu podobná (Kendall tau c 0,152 až 0,164, Sig. 0,000). Vztah nebyl nalezen pouze u kandidátky A (Kendall tau c 0,059, Sig. 0,087), u které politická informace výrazně ovlivnila respondentovo rozhodnutí.



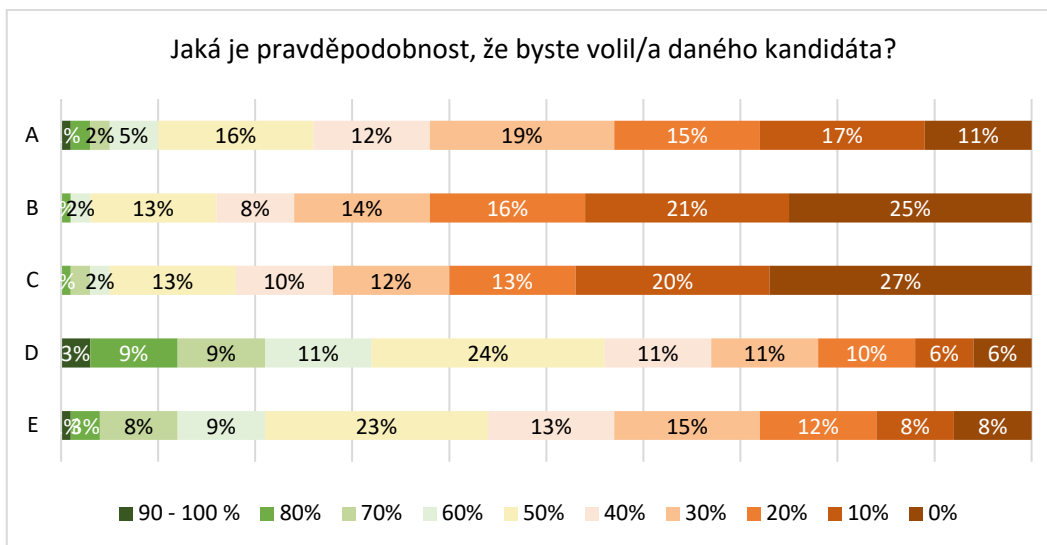
Graf 16: Pravděpodobnost volby politických kandidátek pouze na základě vzhledu bez personálních informací a bez politického postoje (N=594, pouze ti, kteří se účastnili fiktivních voleb)

Z politických kandidátů byl ve fiktivních volbách jednoznačným vítězem kandidát D, jehož by na prvním místě volila téměř polovina respondentů, při zohlednění prvního i druhého místa kandidát získal 80 % hlasů respondentů. Viditelný úspěch získal také kandidát E, kterého by volilo na první a druhé místo 60 % respondentů. Poté následoval kandidát C, kterého by na první a druhé místo volilo 32 % respondentů, kandidát A s 17% úspěšností a na posledním místě se umístil kandidát B, kterého by volilo na první dvě místa pouhých 11 % respondentů. Kandidát B ale nebyl nejčastěji umístěn na posledním místě, nejčastěji byl umístěn na páté místo kandidát A 44 % respondentů (viz. Graf 17).



Graf 17: Fiktivní volby politických kandidátů od 1. místa po 5. místo se zobrazením personálních informací a politického postoje (N=533)

Také při hodnocení politických kandidátů bez poskytnutí informací byl nejpozitivněji hodnocen kandidát D, kterého by volilo 32 % respondentů s pravděpodobností nad 60 %. Následoval kandidát E, kterého by volilo 21 % respondentů na dané pravděpodobnosti. Nejmenší pravděpodobnost volby byla nalezena u kandidáta B (3 %), kandidáta C (5 %) a kandidáta A (10 %) (viz. Graf 18). Z hlediska vztahu mezi hodnocením založeném na prvním dojmu a umístěním politického kandidáta ve fiktivních volbách byl nalezen středně silný vztah u kandidáta C (Kendall tau c 0,235, Sig. 000), zobrazení politického postoje výrazně neovlivnilo oblibu kandidáta. Nízký vztah byl nalezen u kandidáta D (Kendall tau c 0,137, Sig. 0,000) a kandidáta E (Kendall tau c 0,105, Sig. 0,002), ačkoli byli největším počtem respondentů hodnoceni pozitivně a umístěni na první a druhá místa. Žádný vztah mezi proměnnými nebyl nalezen u kandidáta A (Kendall tau c 0,044, Sig. 0,223) a kandidáta B (Kendall tau c 0,011, Sig. 0,748), zde mělo poskytnutí informací výraznější vliv na umístění kandidáta než hodnocení pouze na základě fotografie respondenta.








Graf 18: Pravděpodobnost volby politických kandidátů pouze na základě vzhledu bez personálních informací a bez politického postoje (N=533, pouze ti, kteří se účastnili fiktivních voleb)

Nejsilnější vztah mezi pravděpodobností volby založené na prvním dojmu a umístěním kandidátů ve fiktivních volbách byl zjištěn u kandidátky D a kandidáta C, umístění respondentů bylo častěji shodné s hodnocením bez poskytnutí informací. Žádný vztah mezi odhadovanou pravděpodobností volby a umístěním kandidátů nebyl nalezen u kandidátky A, kandidáta A a kandidáta B. Pro zjištění odpovědi na otázku, na kterých činitelích záleželo při volbě fiktivních politických kandidátů byla data analyzována logaritmickou regresní metodou.

Do modelu byly vloženy odpovědi respondentů na politická témata (1=souhlas s názorem; 0=nesouhlas a střední hodnota), které byly zobrazeny u fotografií kandidátů ve fiktivních volbách, vytvořené faktory hodnocení na základě vzhledu bez poskytnutí informací a informace o respondentech (viz. Tabulka 7, Tabulka 8). U modelů logistické regrese kandidátek bylo využito názoru respondentů na legalizaci marihuany pro léčebné účely a legalizaci marihuany pro vlastní potřebu, neboť mezi nimi byla zjištěna podstatná korelace (Kendall tau b 0,431, Sig. 0,000). U modelů logistické regrese kandidátů bylo využito pouze téma rozšíření zákazu jízdy kamionů, a to jak souhlas respondentů s názorem (1= souhlas s názorem; 0=nesouhlas a střední


hodnota), tak jejich nesouhlas (1= nesouhlas s názorem; 0=souhlas a střední hodnota). Politická témata byla takto zvolena z důvodu výběru nejlépe vysvětlujícího modelu (nejvyšší hodnota pseudokoeficientů determinace). Při vytvoření modelů logistických regresí kandidátek pouze se souhlasem a nesouhlasem respondentů na názor na legalizaci marihuany pro léčebné účely nebyly pseudokoeficienty determinace vyšší, nýbrž modely byly slabší pro vysvětlení „variability“ závislé proměnné umístění kandidátů.

Politické kandidátky ve fiktivních volbách		Kandidátka A 	Kandidátka B 	Kandidátka C 	Kandidátka D 	Kandidátka E 
Politické téma	Legalizace léčebné marihuany	B - 1,056 Sig. 0,000 Exp(B) 0,348	B - 0,791 Sig. 0,001 Exp(B) 0,453	B 0,724 Sig. 0,002 Exp(B) 2,063	B 0,926 Sig. 0,000 Exp(B) 2,525	B - 0,056 Sig. 0,815
	Neomezená legalizace marihuany	B - 0,421 Sig. 0,059	B - 0,793 Sig. 0,001 Exp(B) 0,466	B - 0,894 Sig. 0,000 Exp(B) 0,409	B 0,521 Sig. 0,011 Exp(B) 1,684	B 1,425 Sig. 0,000 Exp(B) 4,159
Faktory	První dojem	B 0,033 Sig. 0,593	B - 0,079 Sig. 0,284	B - 0,025 Sig. 0,659	B - 0,175 Sig. 0,001 Exp(B) 0,840	B - 0,236 Sig. 0,001 Exp(B) 0,790
	Ideálně-povahový	B - 0,127 Sig. 0,092	B - 0,245 Sig. 0,003 Exp(B) 0,783	B - 0,208 Sig. 0,003 Exp(B) 0,812	B - 0,139 Sig. 0,056	B 0,019 Sig. 0,821
	Názorově-řečnický	B 0,010 Sig. 0,892	B 0,098 Sig. 0,155	B 0,033 Sig. 0,585	B 0,004 Sig. 0,954	B - 0,033 Sig. 0,669
Charakteristiky respondenta	Politický zájem	B - 0,104 Sig. 0,691	B 0,509 Sig. 0,077	B - 0,330 Sig. 0,176	B - 0,159 Sig. 0,529	B 0,206 Sig. 0,424
	Pohlaví	B - 0,133 Sig. 0,524	B 0,354 Sig. 0,122	B 0,409 Sig. 0,037 Exp(B) 1,505	B - 0,293 Sig. 0,140	B - 0,547 Sig. 0,006 Exp(B) 0,579
	Věk	B 0,031 Sig. 0,000 Exp(B) 1,031	B 0,015 Sig. 0,072	B - 0,020 Sig. 0,010 Exp(B) 0,981	B - 0,023 Sig. 0,003 Exp(B) 0,977	B 0,006 Sig. 0,411
Nagelkerke Square	R	0,127	0,154	0,148	0,193	0,196
Hosmer Lemeshow test	a	1,910 Sig. 0,984	11,716 Sig. 0,164	16,303 Sig. 0,138	4,608 Sig. 0,798	7,806 Sig. 0,453

Tabulka 7: Logistická regresní analýza umístění politických kandidátek a závislosti na politickém tématu, faktorech hodnocení prvního dojmu a charakteristikách respondenta

Všechny vytvořené modely logistických regresních analýz odpovídaly očekávanému rozložení dat (výsledky Hosmer a Lemeshow testu) a velikosti pseudokoeficientů determinance (hodnoty Nagelkerke R Square) si byly podobné. Nejhůře se model aplikoval na první kandidáty, pro kandidátku A

(Nagelkerke R Square 0,127) a pro kandidáta A (Nagelkerke R Square 0,124), naopak nejlepší aplikace modelu vznikla u kandidáta B (Nagelkerke R Square 0,242), kandidáta D (Nagelkerke R Square 0,240) a kandidáta E (Nagelkerke R Square 0,222).

Političtí kandidáti ve fiktivních volbách		Kandidát A 	Kandidát B 	Kandidát C 	Kandidát D 	Kandidát E 
Politické téma	Zákaz kamionové dopravy – souhlas	B - 1,075 Sig. 0,001 Exp(B) 0,341	B - 1,717 Sig. 0,000 Exp(B) 0,180	B - 0,967 Sig. 0,000 Exp(B) 0,380	B 1,138 Sig. 0,000 Exp(B) 3,121	B 1,235 Sig. 0,000 Exp(B) 3,439
	Zákaz kamionové dopravy – nesouhlas	B 0,627 Sig. 0,032 Exp(B) 1,873	B 0,805 Sig. 0,015 Exp(B) 2,237	B 0,243 Sig. 0,367	B - 0,892 Sig. 0,002 Exp(B) 0,410	B - 0,232 Sig. 0,371
Faktory	První dojem	B - 0,189 Sig. 0,014 Exp(B) 0,828	B 0,067 Sig. 0,478	B - 0,016 Sig. 0,793	B - 0,050 Sig. 0,543	B 0,013 Sig. 0,860
	Ideálně-povahový	B - 0,002 Sig. 0,985	B 0,022 Sig. 0,827	B - 0,208 Sig. 0,005 Exp(B) 0,812	B 0,029 Sig. 0,773	B - 0,315 Sig. 0,000 Exp(B) 0,730
	Názorově-řečnický	B 0,056 Sig. 0,490	B 0,068 Sig. 0,424	B - 0,020 Sig. 0,733	B - 0,266 Sig. 0,003 Exp(B) 0,766	B 0,013 Sig. 0,852
Charakteristiky respondenta	Politický zájem	B - 0,222 Sig. 0,492	B - 0,911 Sig. 0,009 Exp(B) 0,402	B 0,953 Sig. 0,002 Exp(B) 2,594	B 0,073 Sig. 0,815	B - 0,278 Sig. 0,286
	Pohlaví	B - 0,233 Sig. 0,365	B - 0,702 Sig. 0,028 Exp(B) 0,495	B - 0,402 Sig. 0,057	B 0,428 Sig. 0,095	B 0,504 Sig. 0,013 Exp(B) 1,655
	Věk	B - 0,002 Sig. 0,858	B - 0,040 Sig. 0,004 Exp(B) 0,961	B - 0,024 Sig. 0,004 Exp(B) 0,976	B 0,032 Sig. 0,002 Exp(B) 1,033	B 0,019 Sig. 0,019 Exp(B) 1,019
Nagelkerke R Square		0,124	0,242	0,186	0,240	0,222
Hosmer a Lemeshow test		9,111 Sig. 0,333	3,416 Sig. 0,906	10,475 Sig. 0,233	9,242 Sig. 0,322	2,073 Sig. 0,979

Tabulka 8: Logistická regresní analýza umístění politických kandidátů na závislosti na politickém tématu, faktorech hodnocení prvního dojmu a charakteristikách respondenta

Dle očekávání nejvíce vysvětloval volby politických kandidátek a kandidátů politický postoj, který korespondoval s názorem respondenta. Pokud respondent souhlasil s daným postojem kandidáta/kandidátky, zvýšila se šance na zvolení kandidáta/kandidátky i o trojnásobek, v případě kandidáta D o 3,121 a kandidáta E o 3,439, a až o čtyřnásobek v případě kandidátky E (velikost šance 4,159) při zachování hodnot ostatních proměnných v modelu.

U ostatních kandidátů šance na úspěch při shodném politickém postoji v modelech byly nižší. Dobře viditelný je daný jev v modelech politických kandidátů, ve kterých je zahrnut souhlas i nesouhlas respondentů s politickým tématem. Šance na zvolení se při shodném postoji zvyšovaly o 1,873 u kandidáta A a o 2,237 u kandidáta B, při neshodném názoru (souhlasu s rozšířením zákazu jízdy kamionů, ačkoli kandidáti propagovali nesouhlasný postoj) se šance na zvolení nepatrně snížily na 0,341 u kandidáta A a 0,180 u kandidáta B. Také u kandidáta D se při nesouhlasu s politickým postojem šance snížily o 0,410 za zachování hodnot ostatních proměnných v modelu.

Kandidát C je z hlediska hodnot regresní analýzy atypický, neboť hodnoty šancí u politického tématu nebyly vysoké z důvodu politického postoje, který byl vytvořen jako neutrální (preference střední hodnoty u politického tématu). Šance na jeho zvolení se snižovaly při souhlasu se zákazem kamionové dopravy pouze o 0,380 a nesouhlas s tématem byl v modelu nevýznamný. Podobný efekt lze sledovat i u kandidátky A a kandidátky B, nesouhlas s názorem na legalizaci marihuany snižoval šanci kandidátek na zvolení v rozmezí od 0,348–0,466, hodnoty politického postoje nebyly vysoké, neboť neodpovídaly shodnému postoji respondenta s kandidátkami.

Další významnou proměnnou v modelu bylo hodnocení kandidátů na základě vzhladu bez poskytnutí informací. Hodnocení kandidátů na základě prvního dojmu nedosahovalo vysokého vysvětlovacího potenciálu za kontroly politického tématu a charakteristik respondenta. Velikosti šancí na zvolení kandidátů založených na hodnocení prvního dojmu byly převážně nižší než velikosti šancí na zvolení kandidátů při shodném názoru na politické téma. Zároveň u kandidátky A a kandidáta B prvotní hodnocení nebylo významné v žádném z faktorů prisouzených vlastností za kontroly politického tématu a informací o respondentech.

Při bližším zaměření na hodnocení na základně prvního dojmu v modelech lze zjistit, že dané hodnocení pouze snižovalo šance na zvolení u kandidátů, a to v podobné míře. Pokud respondent hodnotil kandidáta či kandidátku pozitivně v daném faktoru (v daných vlastnostech), snížila se šance na zvolení kandidáta/kandidátky o 0,730 až 0,840 za zachování hodnot ostatních proměnných v modelu. Daný jev byl pravděpodobně zapříčiněn tím, že část respondentů hodnotila daného kandidáta negativněji v daném faktoru oproti ostatním vlastnostem a kandidáta ve fiktivních volbách zvolila, nebo naopak pozitivněji hodnotila kandidáta v daném faktoru, ale kandidáta nezvolila. Pouze jeden (nebo žádný) z faktorů byl v modelech významný. Faktor atraktivity a sympatie byl signifikantní u kandidátky D, kandidátky E a kandidáta A, ideálně-povahový faktor byl významný u kandidáta B, kandidátky C, kandidáta C a kandidáta E, a názorově-řečnický faktor byl významný pouze u kandidáta D za kontroly ostatních proměnných v modelu.

Překvapivě vysoký vysvětlovací potenciál měly charakteristiky respondenta, jejichž šance na zvolení dosahovaly různých hodnot od velikosti 0,402 po 2,594 za kontroly hodnot politických postojů a přisuzování vlastností kandidátům. Za kontroly ostatních proměnných v modelu dosahoval vysokého vysvětlovacího potenciálu politický zájem respondenta u kandidáta C a kandidáta B. Kandidát C měl vyšší šanci na umístění na prvním či druhém místě ve fiktivních volbách o 2,594 u respondentů s politickým zájmem a kandidát B měl nižší šanci zvolení o 0,402 u respondentů, kteří uvedli zájem o politické dění v České republice. U ostatních kandidátů politický zájem nebyl významný při přítomnosti ostatních proměnných.

Ačkoli existují teorie o neinformovaných voličích jako více diskriminujících, daná teorie se zde nepotvrdila. Důvodem mohlo být, že respondenti zde byli v daném ohledu stejně informováni. Je otázkou, proč politicky informovaní respondenti častěji preferovali kandidáta etnického původu na rozdíl od méně informovaných respondentů, zatímco kandidát s obezitou měl menší šanci zvolení u politicky informovaných respondentů.







Nabízí se vysvětlení o podvědomé diskriminaci informovaných kandidátů vůči obéznímu kandidátovi a předsudkům neinformovaných kandidátů vůči kandidátovi etnického původu.

Pohlaví respondenta také mělo vliv na šanci umístění kandidátů na prvních a druhých místech i za kontroly hodnot ostatních proměnných. Nižší šance na zvolení od žen měli kandidátka E o 0,579 a kandidát B o 0,495, vyšší šance na zvolení od žen měli kandidátka C o 1,505 a kandidát E o 1,655. Ženy preferovali častěji než muži obézní kandidátku a mladého kandidáta, naopak nižší šanci měl u žen obézní kandidát a atraktivní kandidátka etnického původu za kontroly ostatních proměnných. Lze vyvodit, že respondenti při volbě byli častěji shovívavější ke vzhledu obézního kandidáta stejného pohlaví, nebo vzhledem k nízké atraktivitě kandidátů s vyšší vahou respondenti nepreferovali neatraktivního obézního kandidáta opačného pohlaví. Dané teorii odpovídá i větší šance na zvolení atraktivní kandidátky E u mužů a mladého kandidáta E u žen, který byl považován za atraktivního na druhém místě po kandidátovi D, zatímco muži jej mohli shledávat nedostatečně vhodným z důvodu nevyspělého vzhledu. I přes nevýznamné hodnocení atraktivity v modelu za kontroly ostatních proměnných, zde lze nalézt vliv atraktivity na rozhodování respondenta při volbě mezi politickými kandidáty.

Také věk respondenta měl vliv na volební rozhodování. Šance na zvolení kandidátů na první a druhé místo s vyšším věkem rostla u kandidátky A, kandidáta D a kandidáta E, šance klesala s vyšším věkem respondenta u kandidátky C, kandidátky D, kandidáta B a kandidáta C. Zde je viditelná souvislost, že zatímco starší respondenti preferovali při volbě kandidáty, kteří měli vyhraněný názor na daná politická témata, mladší respondenti preferovali kandidáty s méně vyhraněným postojem k politickým tématům.

Vzhledem k velikosti středních korelací mezi proměnnými ve faktorech hodnocení na základě vzhledu a vzhledem ke zjištění z předchozích výzkumů byly provedeny nové modely logistické regrese pouze s proměnnými

kompetence, atraktivity a sympatie za kontroly odpovídajícího politického tématu a charakteristik respondenta (viz. Tabulka 9). Politické téma zařazené do modelů byl souhlas respondenta s legalizací marihuany pro léčebné účely u kandidátek A až D, u kandidátky E byl použit souhlas respondenta s legalizací marihuany pro vlastní potřebu a u kandidáta A byl použit nesouhlas s rozšířením jízdy kamionů.

Politická kandidáti ve fiktivních volbách		Kandidátka A 	Kandidátka B 	Kandidátka C 	Kandidátka D 	Kandidátka E 	Kandidát A 
Odpovídající politické téma		B. - 1,166 Sig. 0,000 Exp(B) 0,312	B. - 1,028 Sig. 0,000 Exp(B) 0,358	B. 0,313 Sig. 0,137	B. 1,141 Sig. 0,000 Exp(B) 3,131	B. 1,367 Sig. 0,000 Exp(B) 3,924	B. 1,123 Sig. 0,000 Exp(B) 3,073
Hodnocení	Kompetence	B. 0,494 Sig. 0,024 Exp(B) 1,638	B. 0,548 Sig. 0,023 Exp(B) 1,731	B. 0,161 Sig. 0,442	B. 0,530 Sig. 0,019 Exp(B) 1,699	B. 0,466 Sig. 0,044 Exp(B) 1,594	B. 0,066 Sig. 0,809
	Atraktivita	B. - 0,339 Sig. 0,305	B. 0,266 Sig. 0,268	B. - 0,270 Sig. 0,243 Exp(B)	B. 0,640 Sig. 0,008 Exp(B) 1,897	B. - 0,087 Sig. 0,761	B. - 0,115 Sig. 0,755
	Sympatie	B. 0,119 Sig. 0,686	B. 0,417 Sig. 0,102	B. 0,624 Sig. 0,003 Exp(B) 1,867	B. - 0,007 Sig. 0,977	B. 0,561 Sig. 0,051	B. 0,719 Sig. 0,011 Exp(B) 2,052
Charakteristiky respondenta	Politický zájem	B. - 0,074 Sig. 0,776	B. 0,496 Sig. 0,081	B. - 0,433 Sig. 0,065	B. - 0,180 Sig. 0,464	B. 0,216 Sig. 0,397	B. - 0,234 Sig. 0,461
	Pohlaví	B. - 0,052 Sig. 0,802	B. 0,490 Sig. 0,035 Exp(B) 1,632	B. 0,396 Sig. 0,040 Exp(B) 1,487	B. - 0,465 Sig. 0,018 Exp(B) 0,628	B. - 0,455 Sig. 0,022 Exp(B) 0,634	B. - 0,322 Sig. 0,206
	Věk 18–29 let	B. - 0,580 Sig. 0,019 Exp(B) 0,560	B. - 0,468 Sig. 0,069	B. - 0,291 Sig. 0,174 Exp(B) 1,338	B. 0,651 Sig. 0,006 Exp(B) 1,850	B. - 0,093 Sig. 0,680	B. 0,339 Sig. 0,206
	Věk 50 a více let	B. 0,523 Sig. 0,034 Exp(B) 1,686	B. 0,009 Sig. 0,974	B. - 0,202 Sig. 0,396	B. - 0,111 Sig. 0,643	B. 0,110 Sig. 656	B. 0,334 Sig. 0,284
Nagelkerke R Square		0,123	0,136	0,079	0,153	0,179	0,092
Hosmer a Lemeshow test		4,963 Sig. 0,762	6,918 Sig. 0,546	11,541 Sig. 0,173	2,029 Sig. 0,980	9,251 Sig. 0,322	10,664 Sig. 0,221

Tabulka 9: Logistická regresní analýza umístění politických kandidátů na závislosti na politickém tématu, kompetenci, atraktivitě, sympatii a charakteristikách respondenta

Hodnocení kompetence, atraktivity a sympatie na základě fotografie kandidátů bylo významné pouze u politických kandidátek a u kandidáta A, u ostatních kandidátů byly dané proměnné nevýznamné a hodnoty zbylých proměnných odpovídaly hodnotám v předchozích modelech logistické regrese. Nové modely měly nižší velikosti pseudokoefficientů determinance, ale odpovídaly očekávanému rozložení dat.

Nejnižší hodnoty vysvětlené „variability“ modelu dosahoval model u kandidátky C, oproti předchozímu modelu se hodnota „variability“ snížila téměř na polovinu. V novém modelu se změnila významnost politického tématu, signifikantní vliv mělo pohlaví respondenta a šanci na zvolení zvyšovalo vnímání sympatie o 1,867 za kontroly ostatních proměnných. Daný model tudíž nelze považovat za přínosný.

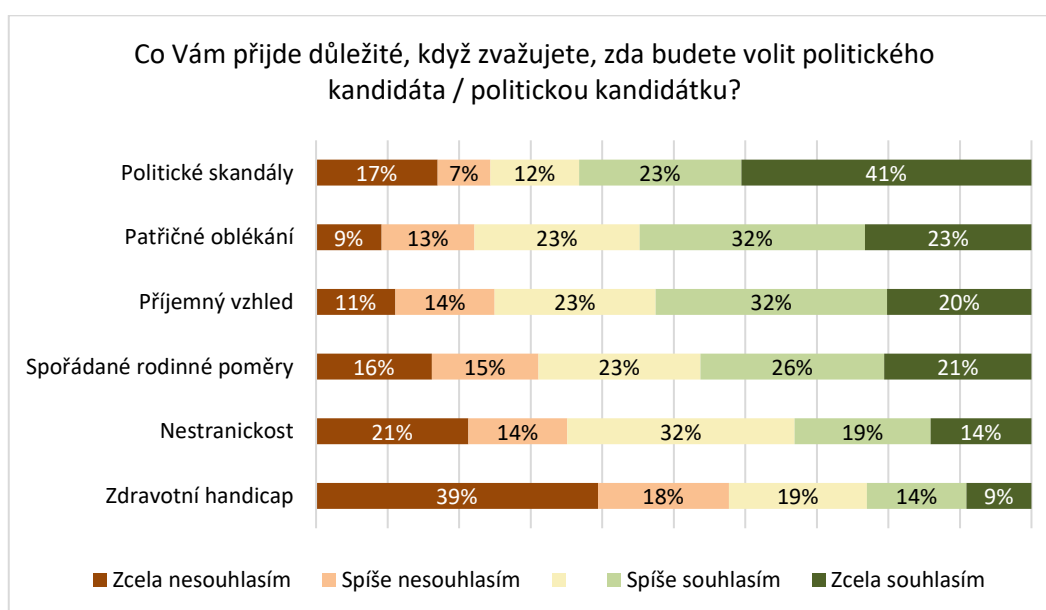
Model logistické regrese, ve kterém vycházela významně respondenty přisouzená sympatie za kontroly atraktivity, kompetence, politického tématu a charakteristik respondenta, byl vytvořen u kandidáta A. U daného kandidáta se šance na zvolení zvyšovaly při shodném politickém postoji o 3,073 a při vnímané sympatii o 2,114 za zachování hodnot ostatních proměnných v modelu.

U kandidátek A, B, D a E vycházela významně vnímaná kompetence za kontroly ostatních proměnných v modelu. Při pozitivním hodnocení kompetence se šance na zvolení zvyšovala o 1,594 až 1,731 při zachování hodnot ostatních proměnných. Hodnocení atraktivity se stalo významným pouze v modelu vysvětlujícím umístění kandidátky D, ve kterém pozitivní hodnocení atraktivity zvyšovalo šanci na zvolení kandidátky o 1,897, což bylo nepatrně vyšší než šance na zvolení u přisouzené kompetence (1,699), ale výrazně nižší než shodný politický postoj (velikost šance 3,131) za kontroly ostatních proměnných. Atraktivita v modelech regresní analýzy nevycházela signifikantní jako nezávislá proměnná vysvětlující umístění kandidátů (mimo modelu regresní analýzy kandidátky D).

Nové modely byly také pozměněny z hlediska věku respondentů, pro snadnější interpretaci byla proměnná věk respondenta kategorizována do třech kategorií. Efekt vlivu věku za kontroly ostatních proměnných je nejlépe pozorovatelný u kandidátky A. Již v předchozím modelu se šance na zvolení kandidátky A zvyšovala s věkem respondenta, v novém modelu je patrné, že pokud byl respondent ve věku 18 až 29 let snižovala se šance na zvolení kandidátky o 0,560, ale pokud byl respondent ve věku 50 a více let šance na zvolení se zvyšovala o 1,686 za kontroly ostatních proměnných.

4.6 Atributy důležitosti a vhodnosti u politických kandidátů

Vzhledem ke skutečnosti, že fotografiemi kandidátů nebylo možné pokrýt velké množství atributů politických kandidátů, do dotazníkového šetření byla vložena i explicitní otázka o důležitosti (viz. Graf 19) a vhodnosti (viz. Graf 20) vybraných vlastností politických kandidátů. Respondentům byla položena otázka na vzhled kandidáta a jeho fyzické charakteristiky, povahové vlastnosti, mediální image i politické zaměření.



Graf 19: Důležitost a nedůležitost atributů u politických kandidátů (N=528, sloučené kategorie)

Za nejvíce důležité respondenti považovali politické skandály kandidáta (64 %), ačkoli 24 % respondentů zhodnotilo politické skandály jako nedůležité. Politické skandály považovali častěji za méně důležité respondenti bez vysokoškolského titulu (Mann-Whitney U 29786,5, Sig. 0,014; 30 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání označilo politické skandály za nedůležité oproti 19 % respondentů s vysokoškolským vzděláním) a respondenti s nezájmem o politické dění v ČR (Mann-Whitney U 18096, Sig. 0,008; 36 % respondentů s nezájmem o politické dění označilo politické skandály za nedůležité oproti 21 % respondentů se zájmem o politické dění).

Za důležité více než polovina respondentů považovala patřičné oblékání politického kandidáta (55 % respondentů) a příjemný vzhled (52 % respondentů). Příjemný vzhled a patřičné oblékání častěji shledávaly za více podstatné ženy než muži (Mann-Whitney U 25718,5, Sig. 0,000; Mann-Whitney U 27826, Sig. 0,001; 60 % žen považovalo příjemný vzhled kandidáta za důležitý oproti 42 % mužů a 61 % žen považovalo za důležité patřičné oblékání oproti 47 % mužů). Příjemný vzhled považovali za důležitější také respondenti bez vysokoškolského titulu (Mann-Whitney U 27838,5, Sig. 0,000; 60 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání považovalo příjemný vzhled za důležitý oproti 46 % respondentů s vysokoškolským vzděláním) a respondenti s nízkým zájmem o politické dění v ČR (Mann-Whitney U 18139,5, Sig. 0,009; 62 % respondentů bez politického zájmu označilo příjemný vzhled jako důležitý oproti 50 % respondentů s politickým zájmem). Daná zjištění podporují teorii vzhledu kandidáta jako kognitivní zkratky pro neinformované občany a výsledky výzkumu Barrett a Barrington (2005), že pro ženy je vizuální prezentace podstatnější než pro muže.

Dalším atributem, které shledávala většina respondentů (47 %) důležitým, byly spořádané rodinné poměry kandidáta. Dle očekávání se našel podstatný rozdíl v odpovědích u věkových kategorií respondentů (Kruskal Wallis 9,508, Sig. 0,009) mezi respondenty nad 50 a více let a mladšími kategoriemi (18 až 29 let Mann-Whitney U 7546,5, Sig. 0,002; 30 až 49 let Mann-Whitney U 12228, Sig. 0,014). Respondenti nad 50 let a staršího věku (59 %) považovali spořádané rodinné poměry za více důležité než mladší respondenti (za důležité je považovalo 38 % respondentů ve věku 18 až 29 let a 46 % respondentů ve věku 30 až 49 let), což odráží postoj, že pro starší respondenty je rodina důležitým prvkem života, zatímco mladší respondenti se zaměřují především na profesionální kariéru.

Za nevýznamný atribut respondenti považovali zdravotní handicap politického kandidáta (57 %) a nestrannost (34 %). Ačkoli nestrannost vycházela jako podstatná u analýzy komunálních voleb v předchozích výzkumech (např. Bernard, 2012), respondenti ji nepovažovali za klíčovou v parlamentních volbách. Za nedůležitou ji častěji považovali muži (Mann-Whitney U 28392, Sig. 0,003; 43 % mužů označilo nestrannost za nedůležitou oproti 29 % žen) a respondenti s vyšším zájmem o politické dění v ČR (Mann-Whitney U 17306,5, Sig. 0,001; 38 % respondentů se zájmem o politické dění označilo nestrannost za nedůležitou oproti 26 % respondentů s nezájmem o politické dění). Jiné signifikantní rozdíly nebyly nalezeny.

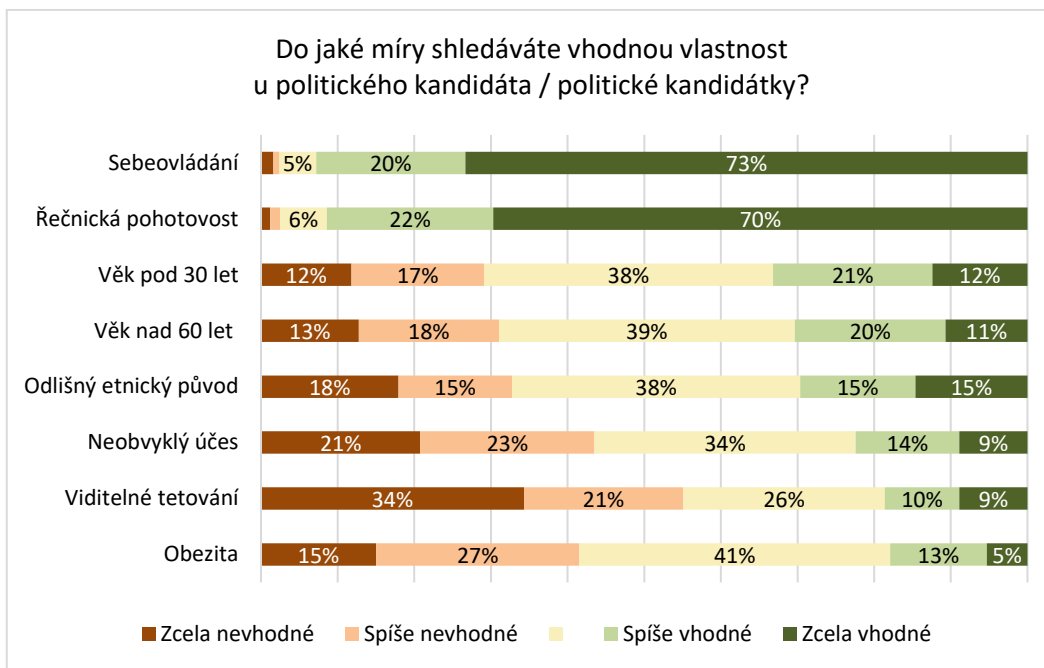
Pro bližší porozumění důležitým atributům při volebním rozhodování byla vytvořena faktorová analýza. Atributy důležitosti byly sloučeny do tří faktorů, které reprezentovaly data z více než dvou třetin (viz. Tabulka 10). První faktor byl tvořen vlastnostmi, které vytváří pozitivní image politického kandidáta, nejvyšší vztah byl nalezen mezi příjemným vzhledem a patřičným oblékáním (Kendall tau c 0,560, Sig. 0,000), respondenti jim přisuzovali podobné hodnoty. Druhý faktor byl řízen především nestranností a zdravotním handicapem, částečně byla přidána i proměnná spořádaných rodinných poměrů. Nejvíce odlišným faktorem byl poslední faktor, který byl tvořen pouze z proměnné politických skandálů kandidáta, daná proměnná významně nekorelovala s žádným jiným atributem. Jednalo se zcela o odlišnou proměnnou, i když by se dala očekávat pozitivní souvislost s proměnnou spořádané rodinné poměry, neboť obě prezentují mediální image kandidáta, žádný vztah mezi nimi nebyl nalezen (Kendall tau c 0,067, Sig. 0,069).

Atributy důležitosti	Faktory		
	Pozitivní image	Specifické atributy	Politické skandály
Politické skandály	0,009	0,014	0,983
Patříčné oblékání	0,896	0,085	-0,026
Spořádané rodinné poměry	0,454	0,462	0,077
Příjemný vzhled	0,873	0,141	-0,001
Nestrannost	-0,027	0,819	0,122
Zdravotní handicap	0,261	0,675	-0,167

Tabulka 10: Faktorové skóry atributů důležitosti (Principal components, Varimax rotace; KMO 0,664; podíl vysvětlené variability 70,3 %; N=528)

Z hlediska vhodnosti charakteristik politických kandidátů (viz. Graf 20) se jeví nejvíce pozitivní sebeovládání a řečnická pohotovost kandidáta, více než dvě třetiny respondentů je považovali za zcela vhodné a kolem 20 % za spíše vhodné. Silný vztah prokázala i pozitivní podstatná korelace mezi nimi (Kendall tau c 0,486, Sig. 0,000). Signifikantní rozdíly v odpovědích byly nalezeny mezi pohlavím, kdy ženy častěji označovaly krajní hodnoty vhodnosti proměnných častěji než muži (Mann-Whitney U 28002,5, Sig. 0,001; Mann-Whitney U 26871, Sig. 0,000). Také respondenti s vysokoškolským vzděláním označovali častěji u proměnné řečnická pohotovost krajní hodnotu vhodnosti (Mann-Whitney U 30554, Sig. 0,035). Nicméně významný vliv v rozložení četnostní nebyl nalezen, bez ohledu na pohlaví a vzdělání respondentů proměnné byly považovány za téměř ideální u politických kandidátů.

Hodnocení odlišného etnického původu bylo rozporuplné, větší část respondentů (38 %) projevila svůj názor na středních hodnotách. Signifikantní vztah mezi sociodemografickými charakteristikami respondentů a vnímání etnického původu kandidáta byl nalezen pouze v rámci pohlaví (Mann-Whitney U 29837, Sig. 0,029). Ženy častěji označovaly etnický původ za nevhodný (36 %) oproti mužům (28 %), což se také projevilo v nižší tendenci zvolení kandidáta C ženami ve fiktivních volbách, i když v regresním modelu se pohlaví nejevilo významné (B -0,402; Sig. 0,057).



Graf 20: Vhodnost a nevhodnost atributů u politických kandidátů, sloučené kategorie (N=528)

Respondenti pokládali za nejvíce nevhodné viditelné tetování (až 55 %) a neobvyklý účes politického kandidáta (44 %), proměnné mezi sebou měly silný korelační vztah (Kendall tau c 0,680, Sig. 0,000). Respondenti, kteří častěji nesouhlasili s danými úpravami vzhledu, byli vyššího věku (Kruskal Wallis 34,149, Sig. 0,000; Kruskal Wallis 15,452, Sig. 0,000), naopak respondenti mladšího věku považovali nekonformní úpravy vzhledu u politického kandidáta častěji za přiměřené. Tetování kandidáta považovalo za nepřiměřené 42 % respondentů ve věku 18 až 29 let, 54 % respondentů ve věku 30 až 49 let a 75 % respondentů ve věku nad 50 let. Přiměřenost kontroverzního účesu byla u politického kandidáta shledávána podobným způsobem, za přiměřené kontroverzní účes považovalo 30 % respondentů ve věku 18 až 29 let, 21 % respondentů ve věku 30 až 49 let a pouze 16 % respondentů nad 50 let.

Také věk pod třicet let u politického kandidáta byl u starších respondentů shledáván častěji nevhodným (Kruskal Wallis 23,111, Sig. 0,000; věk pod 30 let za nevhodné považovalo 18 % respondentů ve věku 18 až 29 let, 33 % respondentů ve věku 30 až 50 let a 35 % respondentů ve věku nad

50 let), ačkoli signifikantní vztah u vlastnosti politického kandidáta věk nad 60 let a mladšími respondenty nebyl nalezen (Kruskal Wallis 0,472, Sig. 0,790). Mladší respondenti viditelně nepreferovali žádnou věkovou kategorii politických kandidátů, ale respondenti staršího věku by méně preferovali mladší kandidáty pravděpodobně z důvodu nedostatečné kompetence, neboť věk bývá se zkušenostmi a potřebnými znalostmi spojován. Kandidát nad šedesát let by získal čtenější úspěch u mužů než u žen (Mann-Whitney U 30055, Sig. 0,029; věk nad 60 let považovalo za nevhodné 33 % žen a 28 % mužů), ale rozdíl mezi pohlavím nebyl vysoký.

Také obezita u politického kandidáta byla vnímána spíše negativně, 42 % respondentů ji považovalo za nepatřičnou. Častěji ji takto označili respondenti s ukončeným vysokoškolským vzděláním (Mann-Whitney U 27266, Sig. 0,000; za nevhodnou považovalo obezitu 49 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 34 % bez vysokoškolského vzdělání). Vztah mezi politickým zájmem a obezitou nebyl shledán významným (Mann-Whitney U 21090, Sig. 0,639), ačkoli obézního kandidáta volili respondenti se zájmem o politické dění méně častěji ve fiktivních volbách.

Při využití metody faktorové analýzy z důvodu poznání vztahů mezi proměnnými byly vytvořeny tři faktory, které reprezentovaly data z více než dvou třetin (viz. Tabulka 11). Nejsilnější faktor byl tvořen z pozitivních povahových vlastností kandidáta – sebeovládání a řečnická pohotovost. Dané proměnné mezi sebou měly silný pozitivní vztah a byly respondenty preferovány z více než devadesáti procent. Druhý faktor byl nazván postmoderním, byl tvořen z vlastností, které častěji preferovali mladí respondenti. Viditelné tetování, neobvyklý účes a věk kandidáta pod třicet let byly považovány jako méně vhodné postupně se zvyšujícím se věkem respondenta. Do druhé kategorie částečně spadal odlišný etnický původ kandidáta, jehož faktorový skóre byl ale silnější ve třetí proměnné. Třetí proměnná byla složena z proměnných, které nebyly respondenty považovány za vhodné, ale oprostěna od nekonformního vzhledu kandidáta. Nejsilnějšími

proměnnými zde byly (mimo odlišného etnického původu a věku pod třicet let) věk kandidáta nad šedesát let a obezita kandidátů.

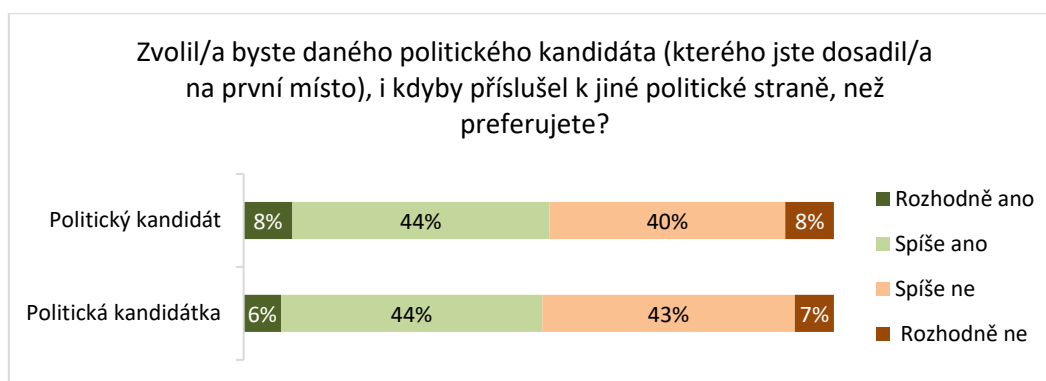
Atributy vhodnosti	Faktory		
	Postmoderní	Pozitivní povahový	Negativní fyzický
Sebeovládání	0,032	0,946	0,021
Řečnická pohotovost	-0,034	0,938	0,069
Odlišný etnický původ	0,410	0,097	0,556
Věk pod 30 let	0,488	0,069	0,551
Věk nad 60 let	0,011	0,118	0,776
Neobvyklý účes	0,925	0,003	0,158
Viditelné tetování	0,927	-0,049	0,098
Obezita	0,094	-0,086	0,709

Tabulka 11: Faktorové skóry atributů vhodnosti (Principal components, Varimax rotace; KMO 0,655; podíl vysvětlené variability 71,3 %; N=528)

Žádné signifikantní souvislosti nebyly nalezeny mezi atributy vhodnosti politického kandidáta a politickým zájmem respondenta. Dané názory vycházely z vnitřních hodnot respondenta, oddělených od politických znalostí a informovanosti. V atributech důležitosti charakteristik politického kandidáta se ale politický zájem projevil v proměnných politické skandály, nestrannost, patřičné oblékání a příjemný vzhled. Respondenti se zájmem o politické dění v České republice považovali častěji za důležité politické skandály kandidáta, naopak příjemný vzhled, patřičné oblékání a nestrannost nepovažovali za důležité při volebním rozhodování.

4.7 Zohlednění politické strany

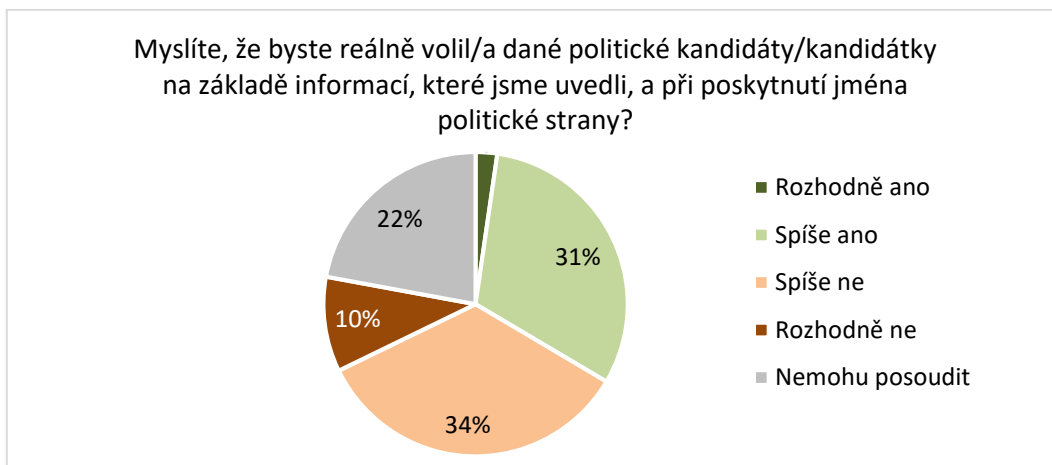
Politická strana je jednou z klíčových informací při volebním rozhodování. Vzhledem k povaze dotazníkového šetření byla zohledněna pouze okrajově, neboť její důležitost není třeba dokládat. Respondentům byla položena otázka, zda by volili daného politického kandidáta ve fiktivních volbách, kdyby příslušel k jiné politické straně, než preferují (viz. Graf 21). Respondenti vytvořili téměř dvě shodně rozložené seskupení, pro první byla politická strana důležitější než preference kandidáta, pro druhé byl kandidát sympatický v takové míře, že by byl zvolen i při náležitosti k nepreferované politické straně. Vzhledem ale k poměru respondentům sympatických politických stran a reálně zvolených politických stran zde není důvod pro pochyby ohledně významu politické strany. Preferovaný politický kandidát by byl pouze jedním z činitelů rozhodování při volbě politických stran (viz. faktor osobnosti v čele politických stran).



Graf 21: Volba kandidáta ve fiktivních volbách i přes nepreferovanou politickou stranu respondenta (N=526)

Název politické strany byl též zahrnut do poskytnutí zpětné vazby dotazníkového šetření. Respondenti byli tázáni, zda může být daný výzkum považován za relevantní vzhledem k volebnímu rozhodování za podmínky poskytnutí názvu politické strany (viz. Graf 22). Téměř polovina respondentů (44 %) uvedla, že by reálně dané politické kandidáty nevolila, ale 34 % respondentů uvedlo, že by dané informace byly dostačující, z toho 3 % vyjádřili silný souhlas pro reálnou volbu kandidátů. Vzhledem k uvedenému lze

považovat dotazníkové šetření za poměrně relevantní vzhledem k volebnímu rozhodování respondentů.



Graf 22: Využití daných informací společně s poskytnutím názvu politické strany pro reálné volby (N=526)

5 Diskuze

5.1 Faktory rozhodování při volbě politických stran

Politická strana je jednou z hlavních determinant volebního rozhodování (Sides a Vavreck, 2013). Z výzkumu vzešla poměrně překvapivá informace, že některé politické strany a hnutí jsou respondentům sympatické, ale mají nižší šance na zvolení o více než polovinu (STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ, TOP 09, Strana zelených, Strana svobodných občanů). Což přivádí k otázce, které faktory ovlivňují jedince při volbě politických stran. Více než dvě třetiny respondentů (69 %) uvedly, že je pro ně důležitý politický program strany. Výsledky odpovídají výzkumu STENMARK (2017), ve kterém zájem o volební program projevovalo 64 % respondentů. Téměř jedna třetina jedinců neprojevuje aktivní zájem o politický program strany, což odporuje racionálnímu rozhodování ve volbách, neboť v politickém programu jsou zobrazeny postoje a vize, zohlednění aktuální situace a plánované změny, které je dle politické strany nutné realizovat v praxi, a kroky k jejich provedení.

I přes skutečnost, že politický program bývá velmi rozsáhlý a často nepřehledný, zůstává jedním ze základních zdrojů informací o politické straně. Zájem o program politických stran dle analýzy dat nebyl ovlivněn pohlavím respondenta, věkem, ani nejvyšším dokončeným vzděláním, pouze zájmem o politické dění. Téměř tři čtvrtiny respondentů s politickým zájmem uvedlo, že je pro ně politický program důležitý oproti necelé polovině respondentů bez politického zájmu o dění v České republice.

Pro jedince s nízkým či žádným zájmem o politiku může být při volebním rozhodování kognitivní zkratkou princip menšího zla, který byl méně preferovaným volebním faktorem, ale více upřednostňován respondenty bez zájmu o politické dění. Daný princip je od ostatních činitelů specifický především z hlediska znalostí, neboť u ostatních faktorů je nutné

získat informace o politické straně, o jejím programu, hodnotách, členech a minulosti, ale při využívání principu menšího zla si jedinec vystačí s informacemi, které má k dispozici. Daný princip může znamenat pro voliče zkratku pro snadnější rozhodování, stejně jako například automatické zvolení politické strany, kterou jedinec volil v předcházejících volbách.

Při volbě politických stran bylo pro většinu respondentů důležité také sdílení stejných hodnot a osobnosti v čele politické strany. Důležitost osobností v čele politických stran pro více než polovinu respondentů odkazuje na zvyšující se důležitost image kandidátů ve volbách a úspěšné využívání technik politického marketingu (Hoegg & Lewis, 2011). Nelze potvrdit teorii o personalizaci politiky (Blondel, 2008), neboť pro větší část respondentů je stále důležitý program politické strany, nicméně rozdíl v preferenci politického programu a osobností v čele politických stran není příliš razantní. Na osobnostech v čele politických stran záleží dle získaných dat mnohem více než na osvědčení politické strany z minulých let, nezátížení politickou minulostí a schopnosti podstatné změny politického prostředí.

5.2 Hodnocení politických kandidátů a jejich umístění ve fiktivních volbách

Ženy jsou nedostatečně zastoupeny na politických postech, v České republice se zastoupení žen rozkládá kolem dvaceti procent v různých politických sférách (ČSÚ, 2018). Není zcela zřejmé, zda nejsou jednou z příčin předsudky a stereotypní myšlení voliče a jakým způsobem jsou vnímáni muži a ženy v politice. Z aktuálního výzkumu vyplynulo, že politické kandidátky na základě prvního dojmu získaly výrazněji pozitivní hodnocení atraktivity a sympatie, pozitivnější hodnocení charisma, respondenti také označovali vyšší pravděpodobnost zvolení kandidátek oproti kandidátům. Hodnocení upřímnosti, kompetentnosti, řečnické obratnosti, schopnosti mít vlastní názor a prosazovat jej se mezi kandidáty a kandidátkami signifikantně nelišilo, ale mírně pozitivnější hodnocení obdrželi kandidáti v hodnocení kompetence a v řečnicko-názorovém faktoru, kandidátky naopak v upřímnosti. Hypotéza o hodnocení fiktivních kandidátek s vyšší mírou stereotypního uvažování oproti fiktivním kandidátům byla zamítnuta.

Výsledky korespondují s předchozími výzkumy, ve kterých byla kandidátkám oproti kandidátům přisouzena vyšší míra starostlivosti a upřímnosti (Fridkin & Kenney, 2009; Johns & Shephard, 2007) atraktivity, sympatie a přístupnosti (Chiao, Bowman, & Gill, 2008; Johns & Shephard, 2007), ale nebyl nalezen signifikantní rozdíl v hodnocení kompetence (Chiao, Bowman, & Gill, 2008; Johns & Shephard, 2007). Nicméně kandidáti získali lehce zvýšené hodnocení vůdcovství a inteligence (Johns & Shephard, 2007) a byli pokládáni za více kompetentní a dominantní oproti politickým kandidátkám (Chiao, Bowman, & Gill, 2008).

Politické kandidátky dle obecného vnímání mohou ve volbách získat výhodu prostřednictvím svého vzhledu v podobě vzbuzení sympatií u voliče, zapůsobení svou atraktivitou, vytvořením dojmu starostlivosti a upřímnosti. Dle výsledků jsou také kandidátkám přisouzeny vlastnosti kompetence,

inteligence a typicky maskulinních kvalit téměř ve stejné míře jako kandidátům. Z důvodu designu aktuálního výzkumu ale není možné určit preferenci při volbě mezi kandidátem a kandidátkou ve volebním rozhodování a přispět ke zjištění existence „základní genderové preference“ (Sanbonmatsu, 2002), nebo jiným teoriím zabývající se vlivem genderu politických kandidátů.

Na základě výsledků přisuzovaných vlastností fotografiím kandidátů lze ale potvrdit hypotézu o pozitivním hodnocení atraktivních kandidátů. Atraktivní kandidáti (kandidát D, kandidátka A a kandidátka E) byli hodnoceni ve všech vlastnostech pozitivně a získali vyšší hodnocení pravděpodobnosti zvolení oproti ostatním kandidátům. Daný výsledek je shodný s americkým výzkumem, ve kterém atraktivita měla také pozitivní vliv na hodnocení vůdcovství, sympatie, kompetence a důvěryhodnosti u fiktivních politických kandidátů (Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992). Atraktivita kandidátů přináší pro jedince kognitivní zkratku, která je využívána především v situacích, kdy nejsou k dispozici jiné informace mimo vzhledu kandidáta.

Ze vzhledu kandidáta lze rozpoznat váhu kandidáta, jeho etnický původ a přibližný věk, charakteristiky, které mohou být také využity ve volebním rozhodování jako kognitivní zkratky. Na základě aktuálních dat byla hypotéza o negativním hodnocení kandidátů s obezitou potvrzena. Kandidáti s viditelnou nadváhou (kandidátka C a kandidát B) byli hodnoceni nejhůře ze všech kandidátů spolu s kandidátem C indického původu, což podporuje existenci negativního stigma i v politické sféře (předsudky a diskriminace spojené s nadváhou byly podloženy v různých odvětvích, viz. Brownell, 2005).

Z uskutečněných výzkumů (Elmore, Vonnahme, Thompson, Fillion & Lundgren, 2015; Miller & Lundgren, 2010) vyplýval závěr, že hůře byly vnímány kandidátky s nadváhou či obezitou oproti kandidátům, u nichž nebyl zjištěn žádný nebo spíše pozitivní efekt vyšší váhy. V aktuálním výzkumu výsledky byly odlišné. Politická kandidátka s nadváhou byla hodnocena

mnohem pozitivněji ve všech vlastnostech, pouze oproti ostatním kandidátkám získala negativní hodnocení, naopak politický kandidát s vyšší vahou získal nejhorší hodnocení vlastností ze všech fiktivních kandidátů. Rozdílnost výsledků lze nalézt ve výběru fotografií kandidátů a ve vnímané sympatii, kandidátka byla hodnocena častěji jako sympatická na rozdíl od kandidáta, který byl hodnocen v průměru jako nesympatický, neatraktivní a necharismatický.

Jak bylo již zmíněno, kandidát indického původu získal druhé nejhorší hodnocení vlastností ze všech fiktivních kandidátů. Nicméně nebylo možné potvrdit hypotézu o negativním hodnocení kandidátů s odlišným etnickým původem, neboť efekt u atraktivní kandidátky asijského původu byl jiný. Kandidátka získala pozitivní hodnocení ve všech vlastnostech. Jako přípustné se zdá být vysvětlení, že u politické kandidátky převážila její atraktivita, na rozdíl od kandidáta, který byl hodnocen jako neatraktivní a nesympatický.

Výzkumů z politicko-psychologické sféry zaměřených na etnický původ kandidátů a barvu jejich pleti není mnoho. Převážná část dokládá upřednostnění kandidáta s bílou pletí před kandidátem s tmavou pletí (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008; Terkildsen, 1993), nicméně záleží také na charakteristikách volících (Barreto, Villarreal, & Woods, 2005; Leigh & Susilo, 2009). V nedávném americkém výzkumu etnicita a barva pleti kandidátů neměla signifikantní vliv na zvolení, ale byl zde také pozorovatelný významný efekt při prisuzování politických kvalit (Weaver, 2012).

Hypotéza o negativním hodnocení kandidátů ve vyšším věku oproti kandidátům mladšího věku byla zamítnuta. Mladší kandidáti byli oproti starším kandidátům hodnoceni pozitivněji pouze v získané atraktivitě a sympatii, poté bylo hodnocení různorodé, mladý kandidát byl hodnocen pozitivněji, naopak mladá kandidátka obdržela nejhorší hodnocení z věkově odlišných kandidátů. I přes výsledky výzkumů o znevýhodnění kandidátů v mladším věku 30 let a starším věku 60 let (Bernard, 2012; Kreidl, 2009) a

datům z výsledků voleb (ČSÚ, 2018), nebyli daní kandidáti stigmatizováni v přisuzování vlastností, jejich hodnocení nevyjadřovalo negativní tendenci.

Pro hlubší poznání volebního rozhodování byly v aktuálním výzkumu uskutečněny fiktivní volby a data analyzována prostřednictvím logistické regresní analýzy. V modelech logistické regrese vysvětloval nejvyšší podíl volebního rozhodnutí politický postoj, nikoliv předchozí hodnocení vzhledu. Dané zjištění je v rozporu s americkým výzkumem z 80. let, ve kterém vzhled vysvětloval třikrát vyšší podíl volebního rozhodnutí než politický postoj (Rosenberg, Bohan, McCafferty & Harris, 1986). Nicméně předchozí výzkum byl založen na odlišném designu, neboť kandidáti zde měli shodné názory na politická témata. V aktuálním výzkumu si byly některé politické postoje fiktivních kandidátů blízké, ale nebyly shodné, využívaly rozdílné argumentace.

Hodnocení politických kandidátů ale nebylo zcela nevýznamné i za přítomnosti politického postoje a charakteristik respondenta v modelu. V prvních modelech regresní analýzy za přítomnosti faktorů všech vlastností přisouzených respondenty bez poskytnutí informací bylo hodnocení prvního dojmu významné u osmi fiktivních kandidátů z deseti, v druhém typu modelů za přítomnosti hodnocení kompetence, atraktivity a sympatie byly dané proměnné významné v šesti modelech z deseti. Velikosti šancí hodnocení na základě prvního dojmu ale nepřesáhly velikosti šancí shodného postoje respondenta a kandidáta k relevantnímu politickému tématu za kontroly charakteristik respondenta.

Aktuální výsledky byly v rozporu se zjištěními z jiných výzkumů, ve kterých nebyl vzhled prokázán signifikantní za přítomnosti politických informací (Chytilík, Eibl, Hrbková, Zagraban & Janovsky, 2016; Riggle, Ottati, Wyer, Kuklinski & Schwarz, 1992; Schubert, Curran & Strungaru, 2011; Wyer et al., 1991). Zjištění se mohou různit především vzhledem k designu výzkumů, neboť záleží především na vyhraněnosti zvoleného politického tématu a na

nabízených možnostech ve fiktivních volbách. I přes skutečnost, že téma legalizace marihuany se objevilo v předchozím českém výzkumu (Chytilík, Eibl, Hrbková, Zagraban & Janovsky, 2016), ve kterém vzhled respondenta nebyl shledán signifikantním, aktuální výzkum se lišil ve zvýšeném počtu fiktivních kandidátů, a tím i vyšší rozsáhlostí postojů. V předchozím výzkumu byl proveden i jiný typ výpočtu vztahu mezi postojem respondenta a kandidáta a nebylo uskutečněno hodnocení kandidátů na základě prvního dojmu, tudíž není jisté, zda by vzhled kandidátů také nezískal signifikantní vliv za podobných podmínek.

Významný efekt v modelech vysvětlující umístění politických kandidátek ve fiktivních volbách získalo hodnocení kompetence za kontroly politického postoje, charakteristik kandidáta, atraktivity a sympatie (mimo modelu kandidátky C, ve kterém nebyl zjištěn signifikantní vliv kompetence, ale sympatie, model nicméně dosahoval velmi nízkého vysvětlení „variability“ umístění kandidátky). Signifikance kompetence byla doložena již předchozími výzkumy (Antonakis & Dalgas, 2009; Castelli, Carraro, Ghitti & Pastore, 2009; Mattes et al., 2010; Poutvaara, Jordahl & Berggren, 2009; Spenzio et al., 2008; Todorov, Mandisodza, Goren, & Hall, 2005). Význam kompetence pro voliče je snadno vysvětlitelný, neboť představuje jednu z nejdůležitějších vlastností v politické sféře (Hall, Goren, Chaiken & Todorov, 2009; Miller, Wattenberg, & Malanchuk, 1986; Trent, Mongeau, Treent, Kendall, & Cushing, 1993).

Nicméně u politických kandidátů za kontroly politického postoje, charakteristik respondenta a sympatie nemělo hodnocení kompetence a atraktivity vliv. Pouze v regresním modelu kandidáta A získalo signifikantní vliv hodnocení sympatie. Což je v rozporu s analýzou reálných voleb z let 2003–2004, ve kterých úspěšnost kandidátů vysvětlovala v případě kandidátek atraktivita a v případě kandidátů kompetence (Poutvaara, Jordahl & Berggren, 2009).

V modelech logistické regresní analýzy, ve kterých byl posuzován politický postoj, charakteristiky respondenta, hodnocení kompetence, atraktivity a sympatie, nebyl prokázán signifikantní efekt atraktivity (mimo modelu kandidátky D), což odporuje předchozím výzkumům z reálných voleb, ve kterých byl dokládán signifikantní vliv atraktivity na volební úspěch (Berggren, Jordahl & Poutvaara, 2010; King & Leigh, 2009; Klein & Rosar, 2005; Leigh & Susilo, 2009; Lutz, 2010).

Nicméně i přes nenalezenou přímou signifikanci atraktivity na volební rozhodování z výsledků modelů logistické regrese byla zjištěna viditelná preference atraktivních kandidátů opačného pohlaví a shovívavost k neatraktivním kandidátům stejného pohlaví. Danou shovívavost, preferenci neatraktivních kandidátů stejného pohlaví s pohlavím respondenta, vysvětlují výsledky z předchozích výzkumů, ve kterých jedinci projevovali sklon považovat kandidáty za příznivější, pokud byli totožného pohlaví (Johns & Shephard, 2007; Sanbonmatsu, 2002; Smith & Fox, 2001; Plutzer & Zipp, 1996).

Z důvodu vlivu atraktivity na volební rozhodování pouze u kandidátů opačného pohlaví lze předpokládat, že vysvětlení atraktivity jako vyššího ekonomického kapitálu v sociální interakci (Hamermesh & Biddle, 1994), ani teorie atraktivity jako odrazu charakteristik a statusové generalizace (Webster & Driskell, 1983) nejsou aplikovatelné na získaná data. Efekt atraktivity zde lze zdůvodnit vyvoláním pozitivních emocí u respondenta a získáním vizuálního potěšení (Banducci, Karp, Thrasher & Rallings, 2008). Zároveň vzhledem k preferenci opačného atraktivního kandidáta je možné nalézt i částečné vysvětlení v evoluční psychologii.

Z analyzovaných dat vyplývá, že vzhled má vliv na volební rozhodování i za přítomnosti politického postoje kandidáta, především z pohledu atraktivity a vnímané kompetence. Jaký je tedy vztah mezi atraktivitou a kompetencí? Z aktuálních dat vyplýval nejsilnější vztah mezi atraktivitou a

sympatií, proměnné spolu vytvořili společný faktor prvního dojmu. Vztah mezi hodnocením atraktivity a kompetence byl v průměru středně silný, u některých kandidátů téměř podstatný, u jiných dosahoval nízké hodnoty. Podobný výsledek byl zjištěn ve výzkumu Olivola a Todorov (2010), ve kterém kompetence podstatně nesouvisela s atraktivitou a sympatií, ale vytvořila faktor s upřímností. V aktuálním výzkumu atraktivní kandidáti získávali vysokou hodnotu kompetence, nicméně na vnímanou kompetenci měl signifikantní vliv také věk u starších kandidátů a mladé kandidátky. Což souvisí s výsledky výzkumu (Olivola & Todorov, 2010), ve kterém kompetenci řídily proměnné povědomost kandidáta, jeho atraktivita, obličejová zralost a starší věk.

Mimo pohlaví respondenta měl v modelech regresní analýzy také vliv věk a politický zájem respondenta za přítomnosti ostatních proměnných v modelu. Starší respondenti ve fiktivních volbách preferovali spíše kandidáty s krajními postoji, mladší respondenti spíše preferovali kandidáti s nevyhraněným politickým postojem. Politická informovanost respondentů byla významná pouze u kandidáta s vyšší vahou a kandidáta s etnickým původem. Nabízelo se vysvětlení o podvědomé diskriminaci informovaných respondentů vůči obéznímu kandidátovi a respondentů bez politického zájmu vůči kandidátovi etnického původu. Nelze potvrdit teorii o častějším spoléhání na vzhled kandidátů při nedostatku znalostí či informací (Ahler, Citrin, Dougal & Lenz, 2017; Lenz & Lawson, 2011; King & Leigh, 2009), neboť respondenti měli k dispozici stejné informace o kandidátech. Lze akorát tvrdit, že spoléhání na fyzický vzhled ve volebním rozhodování není trvalý princip uplatňovaný jedinci bez politického zájmu.

5.3 Vybrané vlastnosti politických kandidátů

Z hodnocení politických kandidátů a výsledků logistické regresní analýzy fiktivních voleb bylo zjištěno, že na vzhledu kandidáta záleží i přes přítomnost politického postoje. Nicméně fotografie kandidátů nemohly zachytit velké množství informací, z daného důvodu bylo zkoumáno, co si myslí respondenti o vlastnostech vzhledu politického kandidáta, co považují za důležité a co za vhodné, případně jaké jiné charakteristiky politických kandidátů mají vliv na volební rozhodování.

Polovina respondentů považovala za důležité patřičné oblékání a příjemný vzhled kandidáta. Častěji na dané vlastnosti dávaly důraz ženy, což rozšiřuje výsledky výzkumu Barrett a Barrington (2005) o větší důležitosti vizuální prezentace pro ženy než muže. Příjemný vzhled častěji označovali za důležitý také respondenti s nízkým zájmem o politické dění a respondenti bez vysokoškolského vzdělání. Daná zjištění podporují teorii vzhledu kandidáta jako kognitivní zkratky pro neinformované voliče (Ahler, Citrin, Dougal & Lenz, 2017; Lenz & Lawson, 2011; King & Leigh, 2009), i když rozdíl nebyl markantní, na vzhledu kandidáta záleží i politicky informovaným voličům.

Vzhledem k důležitosti přikládané patřičnému oblékání, lze potvrdit, že s politickým postem je spojen určitý dress code a doporučovaná úprava vzhledu. Nekonformní vzhled kandidáta může být výhodou pro silnější medializaci a zapamatovatelnost, nicméně volič nemusí souhlasit se vzhledem kandidáta a může si o kandidátovi vytvořit negativní úsudek, což může působit na volební rozhodování (např. Barrett & Barrington, 2005; Hayes, Lawless & Baitinger, 2014). Z aktuálního výzkumu vzešlo, že neobvyklý účes a viditelné tetování u kandidátů je pro většinu respondentů nevhodnou úpravou vzhledu v politickém prostředí. Dle očekávání nejvíce danou úpravu vzhledu odmítaly starší respondenti.

Nekonformní vzhled kandidáta u respondentů nebyl oblíben, podobný názor byl vyjádřen i na vhodnost obezity kandidáta. Již z hodnocení fotografie obézních kandidátů vyplynulo, že jsou negativně vnímáni, také ve fiktivních volbách byli častěji odmítáni respondenty opačného pohlaví. Lze předpokládat, že respondenti vnímali obezitu jako proměnnou, kterou může kandidát ovlivnit, nikoli jako zdravotní nevýhodu (Puhl & Heuer, 2009). Neboť pouze dvě pětiny respondentů pokládaly obezitu za neurčitou vlastnost (vhodnou, ani nevhodnou) u politického kandidáta, ale zdravotní handicap byl považován více než čtyřmi pětinami respondentů za nedůležitý či neurčitý.

Vzhled kandidáta také zahrnuje vlastnosti, které nejsou ovlivnitelné, přibližný věk a etnický původ. Dané atributy v aktuálním výzkumu vzešly jako rozporuplné, neboť většina respondentů na ně neměla vyhraněný názor, část je považovala za vhodné a téměř stejná část za nevhodné. Nižší věk pod 30 let byl hodnocen negativněji staršími respondenty, pravděpodobně z důvodu nedostačujících zkušeností a kompetence. Starší věk nad 60 let a etnický původ kandidáta hodnotili častěji jako nevhodné ženy. Odmítání staršího kandidáta může odkazovat k preferenci vizuálního potěšení, neboť atraktivita je častěji spojována s mladistvým a zdravě vypadajícím vzezřením (Weidnerová & Matějů, 2017). V případě reakce na etnický původ kandidáta mohla mít efekt přechozí část výzkumu, ve kterém byla zobrazena atraktivní kandidátka a neatraktivní kandidát etnického původu, tudíž muži preferovali daný vzhled kandidátky opačného pohlaví, u žen se projevila opačná reakce.

Poslední část atributů, které se týkaly vzhledu kandidáta spíše okrajově, neboť souvisely s mediálním obrazem kandidáta a s jeho politickou image, byly politické skandály a spořádané rodinné poměry. Pro dvě třetiny respondentů byly politické skandály důležité při rozhodování o volbě politického kandidáta, za méně důležité je považovali respondenti s nezájmem o politické dění a respondenti bez vysokoškolského vzdělání. Což souvisí s vlastností sebeovládání politického kandidáta, která byla spolu s řečnickou obratností považována za vhodné téměř všemi respondenty. Za důležité byly

většinou respondentů také považovány spořádané rodinné poměry kandidáta, s věkem respondenta jim byla přikládána vyšší důležitost. Mediální image politických kandidátů je důležitým faktorem, který má vliv na zvažování kandidátů při volební rozhodování (Falkowski & Michalak, 2014; Hoegg & Lewis, 2011; Johns & Shephard, 2007; Rosenberg, Bohan, McCafferty & Harris, 1986).

5.4 Zhodnocení uskutečněného výzkumu

Přínosem uskutečněného výzkumu je nahlédnutí do černé skříňky volebního rozhodování, upozornění na stereotypní myšlení a roli vzhledu i v politické sféře, ve které se má volič racionálně rozhodovat na základě cílů a představ politických stran, případně i vyvolání otázek, které s těmito tématy souvisejí. Výzkum se snažil zachytit vliv vzhledu na volební rozhodování i při zohlednění jiných vlastností politických kandidátů a faktorů volby. Vzhledem k malému počtu výzkumů uskutečněných v České republice, které se zabývají vzhledem politických kandidátů a procesem volebního rozhodování, se aktuální šetření uskutečňovalo na málo probádaném území. Inspirace byla čerpána z předchozích výzkumů, jejichž převážná část pocházela z USA, výsledky výzkumů byly porovnávány.

Nevýhodou aktuálního výzkumu byl především nspecifikovaný vzorek respondentů, který byl získán metodou snowing ball především z internetového prostředí. I přes poměrně velký vzorek respondentů nelze zobecnit výsledky v širším rozsahu, tedy na rozhodování voličů v České republice. Za další nevýhodu lze považovat strukturu dotazníkového šetření, respondentům byli zobrazováni političtí kandidáti ve stejném pořadí, což mohlo vyvolat únavu při posledních fotografiích kandidátů a předchozí zobrazená fotografie měla vliv na hodnocení následující. Zároveň hodnocení velkého množství vlastností u fotografií kandidátů a zobrazení většího počtu fotografií vyvolalo u některých respondentů dřívější ukončení dotazníku, a tím ztrátu dat.

Za nevýhodu také spatřuji nemožnost postihnout všechny vztahy a kauzality, vysvětlená „variabilita“ regresních modelů nebyla vysoká. Ve výzkumu mohly být postihnuty jiné proměnné, které měly významný vliv. Za jinou možnost analýzy považuji conjoint (preferenční) analýzu, která by mohla přinést rozšíření výsledků.

Pro budoucí výzkum navrhuji snížit množství hodnocených vlastností u fotografií, zvolit například pouze atraktivitu, kompetenci a sympatie, které vycházely v datech signifikantní. Vzhledem k obsáhlosti výzkumu, nemohla již být zahrnuta možnost fiktivních voleb kandidátů různého pohlaví, což ale zůstává zajímavým tématem k probádání. Také nemohla být zaznamenána změna hodnocení či volby kandidáta při poskytnutí negativní informace, například prostřednictvím fiktivního mediálního sdělení, nebo změna rozhodování v průběhu času. Výše zmíněné poskytují náhled, kam by se mohl dále výzkum volebního rozhodování v České republice vyvíjet.

Závěr

Při volbě politických stran byl za nejvíce důležitý považován program politické strany, následně sdílené hodnoty a osobnosti v čele politických stran. Vzhledem k četnější preferenci politického programu nad osobnostmi politických stran k personalizaci politiky a k „vyprazdňování“ její formy dle zjištění nedocházelo ani u méně politicky informovaných respondentů, nicméně osobnosti v čele politických stran byly posouzeny pro politické rozhodování jako významný faktor. Pro politicky neinformované lze považovat za zkratku při politickém rozhodování princip menšího zla, který byl jimi více preferován než osvědčení stran z minulých let, zatížení politickou minulostí a schopností změnit politické prostředí.

Relevance politických informací byla potvrzena, nicméně z předchozích studií i aktuálního výzkumu bylo zjištěno, že na vzhledu politických kandidátů záleží i při přítomnosti politických postojů a zohlednění charakteristik voličích. Vzhled vyjadřující atraktivitu a kompetenci měl vliv na volební úspěšnost politických kandidátů.

Při hodnocení politických kandidátů i při fiktivních volbách byla nalezena tendence voličích ke stereotypnímu uvažování a k preferenci atraktivních kandidátů z důvodu vizuálního potěšení a působení efektu prvního dojmu. Atraktivním kandidátům byly přisuzovány pozitivní vlastnosti, naopak neatraktivní kandidáti s vysokou vahou byly hodnoceni negativně oproti ostatním kandidátům. Atraktivita se projevovala také v preferenci atraktivního kandidáta opačného pohlaví a byla zjištěna určitá shovívavost k neatraktivnímu kandidátovi stejného pohlaví. Hodnocení kompetence bylo řízeno atraktivitou politických kandidátů a jejich věkem.

Příjemný vzhled a patričné oblékání byly u politického kandidáta preferovány, příjemný vzhled převážně ženami a jedinci bez politické informovanosti. Vzhled přinášel kognitivní zkratku pro méně informované

voliče, ale podstatnou ji shledávali i informovaní jedinci. U politických kandidátů byla také favorizována určitá úprava vzhledu, nekonformní vzhled nebyl zcela přijímán, především byl odmítán staršími respondenty. Také obezita kandidáta byla negativně vnímána. Etnický původ a netradiční věk kandidátů byl přijímán rozporuplně.

Vzhled kandidáta a jeho osobnost je součástí jeho politické image, která je veřejně propagována. Důležité jsou i informace, které se objevují v médiích. Skandály kandidáta nebyly považovány za vhodné u politického kandidáta a pravděpodobně by měly vliv při volebním rozhodování, naopak sebeovládání a řečnická pohotovost byly považovány za téměř ideální. Spořádané rodinné poměry politických kandidátů by měly pozitivní efekt především u starších voličů.

Zjištěné poznatky mohou být využity k rozdílným účelům. Ve vyšším smyslu zjištění mohou upozornit voliče na přítomnost stereotypního uvažování ve volebním rozhodování a zdůraznit důležitost kritického a racionálního myšlení. Z jiného úhlu pohledu výsledky mohou pomoci k rozšíření politického marketingu v odpovědi na otázky, jaká je představa ideálního politického kandidáta, jaké vlastnosti jsou u politického kandidáta preferovány a jakým způsobem lze zvýšit jeho šance na zvolení ve volební soutěži.

Seznam použitých zdrojů a literatury

1. Ahler, D. J., Citrin, J., Dougal, M. C., & Lenz, G. S. (2017). Face Value? Experimental Evidence that Candidate Appearance Influences Electoral Choice. *Political Behavior*, 39(1). <https://doi.org/10.1007/s11109-016-9348-6>
2. Antonakis, J., & Dalgas, O. (2009). Predicting Elections: Child's Play! *Science*, 323(5918), 1183–1183. <https://doi.org/10.1126/science.1167748>
3. Baird, D. A. (2003). An Emerging Emphasis on Image: Early Press Coverage of Politics and Television. *American Journalism*, 20(4), 13–31.
4. Banducci, S. A., Karp, J. A., Thrasher, M., & Rallings, C. (2008). Ballot Photographs as Cues in Low-Information Elections. *Political Psychology*, 29(6), 903–917. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2008.00672.x>
5. Barreto, M. A., Villarreal, M., & Woods, N. D. (2005). Metropolitan Latino Political Behavior: Voter Turnout and Candidate Preference in Los Angeles. *Journal of Urban Affairs*, 27(1), 71–91. <https://doi.org/10.1111/j.0735-2166.2005.00225.x>
6. Barrett, A. W., & Barrington, L. W. (2005). Is a Picture Worth a Thousand Words?: Newspaper Photographs and Voter Evaluations of Political Candidates. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 10(4), 98–113. <https://doi.org/10.1177/1081180X05281392>
7. Bartels, L. M. (2000). Partisanship and voting behavior, 1952-1996. *American Journal of Political Science*, 35-50.
8. Berggren, N., Jordahl, H., & Poutvaara, P. (2010). The looks of a winner: Beauty and electoral success. *Journal of Public Economics*, 94(1), 8–15. <https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2009.11.002>
9. Bernard, J. (2012). Individuální charakteristiky kandidátů ve volbách do zastupitelstev obcí a jejich vliv na volební výsledky. *Czech Sociological Review*, 48(4), 613-641.
10. Blondel, J. (2008). *Personalisation of Leadership, Parties and the Citizens*. Siena: Associazione Amici del CIRCaP.

11. Bresnahan, M., Zhuang, J., Zhu, Y., Anderson, J., & Nelson, J. (2016). Obesity Stigma and Negative Perceptions of Political Leadership Competence. *American Behavioral Scientist*, 60(11), 1362–1377. <https://doi.org/10.1177/0002764216657383>.
12. Brettschneider, F. (2002). *Spitzenkandidaten und Wahlerfolg. Personalisierung Kompetenz-Parteien. Ein internationaler Vergleich*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag
13. Brownell, K. D. (2005). *Weight Bias: Nature, Consequences, and Remedies*. Guilford Press.
14. Carpinella, C. M., & Johnson, K. L. (2013a). Appearance-based politics: Sex-typed facial cues communicate political party affiliation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(1), 156–160. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.08.009>
15. Carpinella, C. M., & Johnson, K. L. (2013b). Politics of the Face: The Role Of Sex-Typicality in Trait Assessments of Politicians. *Social Cognition*, 31(6), 770–779. <https://doi.org/10.1521/soco.2013.31.6.770>
16. Castelli, L., Carraro, L., Ghitti, C., & Pastore, M. (2009). The effects of perceived competence and sociability on electoral outcomes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(5), 1152–1155. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.06.018>
17. CAWP. (2017). Women in the U.S. Congress 2017 | CAWP. Retrieved 14 November 2017, from <http://www.cawp.rutgers.edu/women-us-congress-2017>
18. Cwalina, W., Falkowski, A., & Kaid, L. L. (2000). Role of advertising in forming the image of politicians: Comparative analysis of Poland, France, and Germany. *Media Psychology*, 2(2), 119-146.
19. ČSÚ. (2018). volby.cz. Retrieved 26 May 2018, from <https://www.volby.cz/>
20. De Landtsheer, C. D., De Vries, P., & Vertessen, D. (2008). Political Impression Management: How Metaphors, Sound Bites, Appearance Effectiveness, and Personality Traits Can Win Elections. *Journal of Political Marketing*, 7(3-4), 217–238.

21. Elmore, W., Vonnahme, E. M., Thompson, L., Filion, D., & Lundgren, J. D. (2015). Evaluating Political Candidates: Does Weight Matter? *Translational Issues in Psychological Science*, 1(3), 287–297. <https://doi.org/10.1037/tps0000033>
22. Falkowski, A., & Michalak, M. (2014). Backward Framing and Memory Evaluation in Political Elections. *Journal of Political Marketing*, 13(1-2), 85–107.
23. Fredrickson, G. M. (2003). *Rasismus: Stručná historie*. Praha: Jiří Buchal-BB/art.
24. Fridkin, K. L., & Kenney, P. J. (2009). The Role of Gender Stereotypes in U.S. Senate Campaigns. *Politics & Gender*, 5(3), 301–324. <https://doi.org/10.1017/S1743923X09990158>
25. Golby, A. J., Gabrieli, J. D., Chiao, J. Y., & Eberhardt, J. L. (2001). Differential responses in the fusiform region to same-race and other-race faces. *Nature Neuroscience*, 4(8), 845–850. <https://doi.org/10.1038/90565>
26. Greenleaf, C., Starks, M., Gomez, L., Chambliss, H., & Martin, S. (2004). Weight-related words associated with figure silhouettes. *Body Image*, 1(4), 373–384. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2004.10.004>
27. Hall, C. C., Goren, A., Chaiken, S., & Todorov, A. (2009). Shallow cues with deep effects: Trait judgments from faces and voting decisions. *The political psychology of democratic citizenship*, 73-99.
28. Hamermesh, D. S., & Biddle, J. E. (1994). Beauty and the labor market. *The American Economic Review*, 84(5), 1174.
29. Hamplová, D., Hampl, P. & Weidnerová, S. (2017). *Kráska- Mýtus, nebo realita?*. In Matějů, P., Hamplová, D., Hampl, P., Loužek, M., Weidnerová, S., Anýžová, P., & Smith, M. (15–20). *Moc krásy*. Univerzita Karlova: Karolinum.
30. Hayes, D., Lawless, J. L., & Baitinger, G. (2014). Who Cares What They Wear? Media, Gender, and the Influence of Candidate Appearance. *Social Science Quarterly*, 95(5), 1194–1212. <https://doi.org/10.1111/ssqu.12113>
31. Heuer, C. A., McClure, K. J., & Puhl, R. M. (2011). Obesity Stigma in Online News: A Visual Content Analysis. *Journal of Health Communication*, 16(9), 976–987. <https://doi.org/10.1080/10810730.2011.561915>

32. Highton, B. (2004). White Voters and African American Candidates for Congress. *Political Behavior*, 26(1), 1–25. <https://doi.org/10.1023/B:POBE.0000022341.98720.9e>
33. Hoegg, J., & Lewis, M. V. (2011). The impact of Candidate Appearance and Advertising Strategies on Election Results. *Journal of Marketing Research*, 48(5), 895–909. <https://doi.org/10.1509/jmkr.48.5.895>
34. Huddy, L., & Terkildsen, N. (1993). The Consequences of Gender Stereotypes for Women Candidates at Different Levels and Types of Office. *Political Research Quarterly*, 46(3), 503–525. <https://doi.org/10.1177/106591299304600304>
35. Chiao, J. Y., Bowman, N. E., & Gill, H. (2008). The Political Gender Gap: Gender Bias in Facial Inferences that Predict Voting Behavior. *PLOS ONE*, 3(10), e3666. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0003666>
36. Chytilék, R., Eibl, O., Hrbková, L., Zagrapan, J., & Janovský, J. (2016). Vzhled jako kognitivní zkratka v politickém uvažování: Experimentální studie vlivu stereotypů na hodnocení politiků v prostředí se silnou přítomností politických témat. *Sociální studia / Social Studies*, 11(1). Retrieved from https://journals.muni.cz/socialni_studia/article/view/6008
37. Ito, T. A., Larsen, J. T., Smith, N. K., & Cacioppo, J. T. (1998). Negative information weighs more heavily on the brain: the negativity bias in evaluative categorizations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75(4), 887–900. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.75.4.887>
38. Johns, R., & Shephard, M. (2007). Gender, Candidate Image and Electoral Preference. *The British Journal of Politics & International Relations*, 9(3), 434–460. <https://doi.org/10.1111/j.1467-856X.2006.00263.x>
39. King, A., & Leigh, A. (2009). Beautiful Politicians. *KYKLOS*, 62(4), 579–593.
40. Klein, M., & Rosar, U. (2005). Physische Attraktivität und Wahlerfolg. Eine empirische Analyse am Beispiel der Wahlkreiskandidaten bei der Bundestagswahl 2002. Physical attractiveness and electoral success. An empirical investigation on candidates in constituencies at the German federal

- election 2002. *Politische Vierteljahresschrift*, 46(2), 263–287. <https://doi.org/10.1007/s11615-005-0249-2>
41. Kreidl, M. (2009). Je volební chování v prvním kole senátních voleb ovlivněno vlastnostmi kandidátů?. *European Electoral Studies*, 4(2), 109–123.
42. Laustsen, L. (2014). Decomposing the Relationship Between Candidates' Facial Appearance and Electoral Success. *Political Behavior*, 36(4), 777–791. <https://doi.org/10.1007/s11109-013-9253-1>
43. Leigh, A., & Susilo, T. (2009). Is voting skin-deep? Estimating the effect of candidate ballot photographs on election outcomes. *Journal of Economic Psychology*, 30(1), 61–70.
44. Lenz, G. S., & Lawson, C. (2011). Looking the Part: Television Leads Less Informed Citizens to Vote Based on Candidates' Appearance. *American Journal of Political Science*, 55(3), 574–589. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2011.00511.x>
45. Lutz, G. (2010). The Electoral Success of Beauties and Beasts. *Swiss Political Science Review*, 16(3), 457–480. <https://doi.org/10.1002/j.1662-6370.2010.tb00437.x>
46. Maddox, K. B., & Gray, S. A. (2002). Cognitive Representations of Black Americans: Reexploring the Role of Skin Tone. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28(2), 250–259. <https://doi.org/10.1177/0146167202282010>.
47. Matějů, P., & Anýžová, P. (2017). Krása jako kapitál: Role atraktivity v úspěchu na trhu práce. *Sociologický Casopis*, 53(4), 503.
48. Matson, M., & Fine, T. S. (2006). Gender, Ethnicity, and Ballot Information: Ballot Cues in Low-Information Elections. *State Politics & Policy Quarterly*, 6(1), 49–72. <https://doi.org/10.1177/153244000600600103>
49. Mattes, K., Spezio, M., Kim, H., Todorov, A., Adolphs, R., & Alvarez, R. M. (2010). Predicting Election Outcomes from Positive and Negative Trait Assessments of Candidate Images. *Political Psychology*, 31(1), 41–58. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2009.00745.x>
50. McDermott, M. L. (1997). Voting Cues in Low-Information Elections: Candidate Gender as a Social Information Variable in Contemporary United

- States Elections. *American Journal of Political Science*, 41(1), 270–283.
<https://doi.org/10.2307/2111716>
51. McElroy, G., & Marsh, M. (2010). Candidate Gender and Voter Choice: Analysis from a Multimember Preferential Voting System. *Political Research Quarterly*, 63(4), 822–833. <https://doi.org/10.1177/1065912909336270>
52. Miller, B. J., & Lundgren, J. D. (2010). An experimental study of the role of weight bias in candidate evaluation. *Obesity*, 18(4), 712–718.
53. Miller, A. H., Wattenberg, M. P., & Malanchuk, O. (1986). Schematic Assessments of Presidential Candidates. *American Political Science Review*, 80(2), 521–540. <https://doi.org/10.2307/1958272>
54. Nosek, B. A., Banaji, M. R., & Greenwald, A. G. (2002). Harvesting Implicit Group Attitudes and Beliefs From a Demonstration Web Site. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 6(1), 101–115.
55. Olivola, C. Y., & Todorov, A. (2010). Elected in 100 milliseconds: Appearance-Based Trait Inferences and Voting. *Journal of Nonverbal Behavior*, 34(2), 83–110. <https://doi.org/10.1007/s10919-009-0082-1>
56. Plutzer, E., & Zipp, J. F. (1996). IDENTITY POLITICS, PARTISANSHIP, AND VOTING FOR WOMEN CANDIDATES. *Public Opinion Quarterly*, 60(1), 30–57. <https://doi.org/10.1086/297738>
57. Pope, H., Phillips, K. A., & Olivardia, R. (2000). *The Adonis Complex: The Secret Crisis of Male Body Obsession*. Simon and Schuster.
58. Poutvaara, P., Jordahl, H., & Berggren, N. (2009). Faces of politicians: Babyfacedness predicts inferred competence but not electoral success. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(5), 1132–1135. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2009.06.007>
59. Puhl, R. M., & Heuer, C. A. (2009). The stigma of obesity: a review and update. *Obesity*, 17(5), 941–964.
60. Riggle, E. D., Ottati, V. C., Wyer, R. S., Kuklinski, J., & Schwarz, N. (1992). Bases of political judgments: The role of stereotypic and nonstereotypic information. *Political Behavior*, 14(1), 67–87. <https://doi.org/10.1007/BF00993509>

61. Roehling, P. V., Roehling, M. V., Brennan, A., Drew, A. R., Johnston, A. J., Guerra, R. G., & Sears, A. H. (2014). Weight bias in US candidate selection and election. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 33(4), 334–346. <https://doi.org/10.1108/EDI-10-2013-0081>
62. Rosenberg, S. W., Bohan, L., McCafferty, P., & Harris, K. (1986). The Image and the Vote: The Effect of Candidate Presentation on Voter Preference. *American Journal of Political Science*, 30(1), 108–127. <https://doi.org/10.2307/2111296>
63. Sanbonmatsu, K. (2002). Gender Stereotypes and Vote Choice. *American Journal of Political Science*, 46(1), 20–34. <https://doi.org/10.2307/3088412>
64. Sandberg, H. (2007). A matter of looks: The framing of obesity in four Swedish daily newspapers. *Communications*, 32(4), 447–472. <https://doi.org/10.1515/COMMUN.2007.018>
65. Schneider, M. C., & Bos, A. L. (2014). Measuring Stereotypes of Female Politicians. *Political Psychology*, 35(2), 245–266. <https://doi.org/10.1111/pops.12040>
66. Schubert, J. N., Curran, M. A., & Strungaru, C. (2011). Physical attractiveness, issue agreement, and assimilation effects in candidate appraisal. *Politics and the Life Sciences*, 30(1), 33–49. https://doi.org/10.2990/30_1_33
67. Sides, J., & Vavreck, L. (2013). *The Gamble: Choice and Chance in the 2012 Presidential Election*. Princeton University Press.
68. Sigelman, C. K., Sigelman, L., Walkosz, B. J., & Nitz, M. (1995). Black candidates, white voters: Understanding racial bias in political perceptions. *American Journal of Political Science*, 243–265.
69. Smith, E. R. A. N., & Fox, R. L. (2001). The Electoral Fortunes of Women Candidates for Congress. *Political Research Quarterly*, 54(1), 205–221. <https://doi.org/10.1177/106591290105400111>
70. Smith, J. L., Paul, D., & Paul, R. (2007). No Place for a Woman: Evidence for Gender Bias in Evaluations of Presidential Candidates. *Basic and Applied*

- Social Psychology*, 29(3), 225–233.
<https://doi.org/10.1080/01973530701503069>
71. Spezio, M. L., Rangel, A., Alvarez, R. M., O'Doherty, J. P., Mattes, K., Todorov, A., ... Adolphs, R. (2008). A neural basis for the effect of candidate appearance on election outcomes. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 3(4), 344–352. <https://doi.org/10.1093/scan/nsn040>
72. STEMMARK. (2017). | volby.cz. Retrieved 26 May 2018, from <https://www.stemmark.cz/volebni-vyzkumy/>
73. Street, J. (2003). „The Celebrity Politician“. In Corner, J.; Pels, D. (2003). *Media and the Restyling of Politics*. London: Sage Publications.
74. Studlar, D. T., & Welch, S. (1987). Understanding the Iron Law of Andrarchy: Effects of Candidate Gender on Voting in Scotland. *Comparative Political Studies*, 20(2), 174–191. <https://doi.org/10.1177/0010414087020002003>
75. Štědroň, B., Potůček, M., Prorok, V., Landovský, J., & Říha, D. a kol. (2013). *Politika a politický marketing*. Praha: CH Beck.
76. Terkildsen, N. (1993). When white voters evaluate black candidates: The processing implications of candidate skin color, prejudice, and self-monitoring. *American Journal of Political Science*, 1032-1053.
77. Todorov, A., Mandisodza, A. N., Goren, A., & Hall, C. C. (2005). Inferences of Competence from Faces Predict Election Outcomes. *Science*, 308(5728), 1623–1626. <https://doi.org/10.1126/science.1110589>
78. Trent, J. S., Mongeau, P. A., Treent, J. D., Kendall, K. E., & Cushing, R. B. (1993). The ideal candidate: a study of the desired attributes of the public and the media across two presidential campaigns. *American Behavioral Scientist*, 37(2), 225–240.
79. Verhulst, B., Lodge, M., & Lavine, H. (2010). The Attractiveness Halo: Why Some Candidates are Perceived More Favorably than Others. *Journal of Nonverbal Behavior*, 34(2), 111–117. <https://doi.org/10.1007/s10919-009-0084-z>

80. Weaver, V. M. (2012). The Electoral Consequences of Skin Color: The “Hidden” Side of Race in Politics. *Political Behavior*, 34(1), 159–192. <https://doi.org/10.1007/s11109-010-9152-7>.
81. Webster, M., & Driskell, J. E. (1983). Beauty as status. *American Journal of Sociology*, 89(1), 140-165.
82. Weidnerová, S. & Matějů, P. (2017). *Vyplatí se krásy a atraktivitu investovat?* In Matějů, P., Hamplová, D., Hampl, P., Loužek, M., Weidnerová, S., Anýžová, P., & Smith, M. (86-110). *Moc krásy*. Univerzita Karlova: Karolinum.
83. Williams, L. F. (1990). White/Black Perceptions of the Electability of Black Political Candidates. In *Black Electoral Politics*. Transaction Publishers.
84. Wyer, J. R., Budesheim, T. L., Shavitt, S., Riggle, E. D., Melton, R. J., & Kuklinski, J. H. (1991). Image, issues, and ideology: the processing of information about political candidates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61(4), 533–545. <https://doi.org/10.1037//0022-3514.61.4.533>
85. Zipp, J. F., & Plutzer, E. (1985). Gender Differences in Voting for Female Candidates: Evidence from the 1982 Election. *Public Opinion Quarterly*, 49(2), 179–197. <https://doi.org/10.1086/268913>

Přílohy

Seznam příloh:

1. Výběr politických kandidátek ve fiktivních volbách
2. Výběr politických kandidátů ve fiktivních volbách

Příloha č. 1 Výběr politických kandidátek ve fiktivních volbách

Kandidátka A



Marihuana je droga, uživatelé se ní stávají závislími. Marihuana ovlivňuje mysl člověka, pokřivuje jeho vnímání a ve velkém množství působí jako jed, je karcinogenní. Následky jejího užívání jsou vždy horší než problémy, které se snaží řešit. Neměla by proto být za žádných okolností legalizována.

Kandidátce A je 42 let, vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze a pracuje jako finanční specialista.

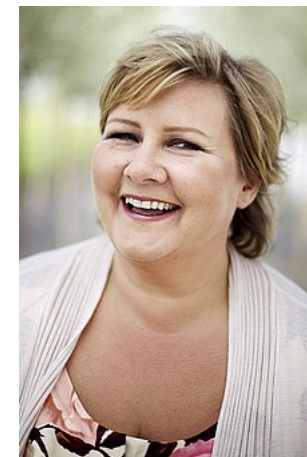
Kandidátka B



Marihuana využitá pro léčebné účely je mimořádně riskantním přípravkem. Zatím nebyly zpochybněny výzkumy, podle kterých v delším horizontu poškozuje paměť i mozek a snižuje mentální schopnosti. Nelze vyloučit závažné vedlejší účinky a rizika. Její využití v medicíně je sice možné, ale zatím předčasné.

Kandidátce B je 65 let, vystudoval Univerzitu Karlovu v Praze a pracuje jako novinářka.

Kandidátka C



V případech, kdy selhává tradiční léčba, jako u Parkinsonovy nemoci, je využití marihuany seriózní možností. Musí však podléhat přísné lékařské kontrole. Volný prodej či prodej na lékařský předpis by mohl představovat v České republice jisté riziko.

Kandidátce C je 56 let, vystudoval Univerzitu Karlovu v Praze a pracuje jako tlumočnice.

Kandidátka D



Využívání marihuany v medicíně je v evropských zemích či státech USA poměrně běžné. Její léčebné účinky při vhodném použití byly doloženy četnými studiemi. Její legalizací a prodejem v lékárnách na lékařský předpis se přiblížíme zemím jako Itálie, Švýcarsko či Rakousko.

Kandidátce D je 25 let, vystudoval Univerzitu Karlovu v Praze a pracuje jako výzkumná pracovnice

Kandidátka E



Marihuana je schopna nahradit řadu jiných léčiv. Léčivé účinky marihuany jsou doloženy vysokým množstvím lékařských výzkumů, které prokazují, že její vliv na organismus je jednoznačně pozitivní. Legalizována by měla být všeobecně a stát by neměl významně zasahovat do trhu s ní.

Kandidátce E je 44 let, vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze a pracuje jako daňová poradkyně.

Příloha č. 2 Výběr politických kandidátů ve fiktivních volbách

Kandidát A



Opatření proti jízdě kamionů jsou příliš přísná. Z hlediska bezpečnosti mají řidiči nařízené povinné přestávky, které jsou kontrolovány Celní správou ČR a Policií ČR. Omezení jízdy o víkendech a svátcích má za důsledek pouze delší dodací lhůty, nižší zisk podnikatelům a nižší příspěvek do státního rozpočtu z pohledu mýtného.

Kandidátovi A je 67 let, vystudoval Univerzitu Karlovu v Praze a pracuje jako vedoucí právního oddělení.

Kandidát B



Kamionová doprava je důležitým ekonomickým pilířem. Měla by být podporována evropskými dotacemi z důvodu oživení konkurenceschopnosti evropského hospodářství s cílem zachovat a podpořit jeho růst. Přináší i výhody v sociální oblasti při snížení nezaměstnanosti a je důvodem pro výstavbu nových překladišť a modernizace dálnic.

Kandidátovi B je 47 let, vystudoval Vysokou školu ekonomickou v Praze a pracuje jako finanční specialista.

Kandidát C



Právní úprava jízdy kamionů a dalších vozidel v České republice je přiměřená. Právní změna by se měla týkat pouze druhů dopravy. Mělo by se rozlišovat mezi transportní dopravou, která nepřináší České republice užitek a opotřebovává silniční kryt vozovky, a importní a exportní dopravou, která přináší podporu podnikání a přínos do státního rozpočtu.

Kandidátovi C je 56 let, Vysokou školu ekonomie a managementu v Praze a pracuje jako Marketingový poradce.

Kandidát D



V České republice jsou zavedena mírná opatření ohledně jízdy kamionů. V okolních státech Evropské unie je omezení jízdy kamionů téměř dvojnásobné. Pokud se chceme vyrovnat evropským zemím a splnit úmluvy o životním prostředí, je nutné opatření zpřísnit a budovat širší síť městských obchvatů.

Kandidátovi D je 45 let, vystudoval České vysoké učení technické v Praze a pracuje jako projektový manager.

Kandidát E



Je nutné dbát na ochranu zdraví, lidských životů a přírody. Jízda kamionů by měla být silněji regulována. Zákaz by měl být zaveden v nočních hodinách a ve státní svátky, soboty i neděle bez ohledu na dobu prázdnin a kamionová doprava by se měla nahrazovat ekologičtější formou dopravy. Podporovat by se měly také regionální závazy a zavést opatření pro snížení dopravy v centrech měst.

Kandidátovi E je 26 let, vystudoval České vysoké učení technické v Praze a pracuje jako programátor.