

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FILOSOFICKÁ FAKULTA**

Katedra sociální práce

Bc. Hana Jamrichová

**Staří lidé jako voliči a jejich postoj  
k heslům o sociálních jistotách**

**Elderly people as voters and their  
attitude to the slogans about social  
security**

Diplomová práce

Praha 2011

Autor práce: **Bc. Hana Jamrichová**  
Vedoucí práce: **PhDr. Jiřina Šiklová, CSc.**  
Oponent práce: **Ing. Petr Víšek**  
Datum obhajoby: **2011**

Hodnocení:

### **Poděkování :**

Na tomto místě bych ráda poděkovala PhDr. Jiřině Šiklové CSc. a PhDr. Martině Hasalíkové za cenné rady a připomínky. Poděkování patří také respondentům mého šetření.

## **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 1.8.2011

Hana Jamrichová

## **Abstrakt:**

V mé diplomové práci se zabývám starými lidmi jako voliči a jejich postoji k heslům o sociálních jistotách. Zkoumala jsem volební chování a preference starých lidí a zajímalo mne, jak vyšší věk působí na volební rozhodování. V práci se také věnuji vlivu předvolebních hesel jednotlivých politických stran na voliče. Tato hesla byla používána v předvolební kampani stran a představovala důležitou součást celkové strategie politické strany. V mé práci nechybí ani komparace volebních programů jednotlivých stran v kontextu tématu sociálních jistot. Cílem empirické části práce bylo zjistit názory a postoje starých lidí ke konkrétním heslům o sociálních jistotách, použitých v předvolební kampani do Poslanecké sněmovny v roce 2010.

## **Klíčová slova:**

staří lidé, senioři, voliči, volební chování, předvolební hesla, politický marketing, sociální jistoty

**Abstract:**

The thesis deals with elderly people as voters and their attitudes towards slogans about social security. It examines electoral behaviour and preferences of elderly people and the influence of age on their voting decisions. Part of the thesis is devoted to the slogans of political parties, which are an important part of the campaigns and provides a comparison of election programmes of parties in context of social security. The aim of the empirical work was to ascertain the views and attitudes of elderly people to particular slogans about social securities used in election campaign to the Chamber of Deputies in 2010.

**Key words:**

elderly people, voters, voting behaviour, election slogans, political marketing, social security

# OBSAH

ÚVOD.....	9
<b>I TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>11</b>
<b>1 STÁŘÍ A DEMOGRAFICKÝ VÝVOJ VE SPOLEČNOSTI.....</b>	<b>11</b>
1.1 VYMEZENÍ POJMŮ : STÁŘÍ, STAŘÍ LIDÉ.....	11
1.2 POJETÍ STÁŘÍ V TRADIČNÍ A MODERNÍ SPOLEČNOSTI.....	13
1.3 DEMOGRAFICKÁ STRUKTURA POPULACE PODLE VĚKU.....	15
<b>2 VOLEBNÍ CHOVÁNÍ VOLIČŮ.....</b>	<b>19</b>
2.1 ZÁKLADNÍ MODELY VOLEBNÍHO CHOVÁNÍ .....	20
2.1.1 Sociologický model .....	21
2.1.2 Sociálně psychologický model.....	21
2.1.3 Model racionálního výběru. ....	22
2.2 STAŘÍ LIDÉ A JEJICH VOLEBNÍ CHOVÁNÍ.....	24
2.2.1 Teorie věkové stratifikace .....	25
2.2.2 Teorie životního cyklu.....	26
2.2.3 Hypotéza vzbouřeneckého kandidáta.....	27
2.3 VOLEBNÍ CHOVÁNÍ STARÝCH LIDÍ V ČR.....	28
2.3.1 Volby do Poslanecké sněmovny 2010.....	30
2.4 POSTOJE A PŘEDSUDKY VUČI STARÝM LIDEM V KONTEXTU VOLEBNÍHO CHOVÁNÍ.....	33
<b>3 POLITICKÝ MARKETING A VOLEBNÍ KAMPAŇ.....</b>	<b>36</b>
3.1 VYMEZENÍ POJMU.....	36
3.2 VOLEBNÍ KAMPAŇ POLITICKÝCH STRAN .....	38
3.2.1 Účinky volebních kampaní.....	39
3.2.2 Účinky negativní kampaně.....	43
3.3 POLITICKÁ PROPAGACE A REKLAMA .....	43
3.3.1 Techniky politické propagace.....	43
3.3.2 Využití hesel a sloganů ve volební kampani	45
3.4 VOLEBNÍ KAMPAŇ VE VOLBÁCH DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY 2010.....	47
3.4.1 Volební kampaň ČSSD.....	49
3.4.2 Volební kampaň ODS.....	50

3.4.3	Volební kampaň TOP 09.....	51
3.4.4	Volební kampaň KSČM .....	52
3.4.5	Volební kampaň VV.....	53
<b>4</b>	<b>SOCIÁLNÍ JISTOTY V PROGRAMECH POLITICKÝCH STRAN.....</b>	<b>55</b>
4.1	PROGRAMY POLITICKÝCH STRAN.....	55
4.1.1	Dimenze pravice-levice v programech stran.	57
4.2	VYMEZENÍ POJMU : SOCIÁLNÍ JISTOTY .....	58
4.3	KOMPARACE VOLEBNÍCH PROGRAMU V KONTEXTU SOCIÁLNÍCH JISTOT.	61
4.3.1	Volební program ČSSD .....	62
4.3.2	Volební program ODS.....	67
4.3.3	Volební program TOP09.....	72
4.3.4	Volební program KSČM.....	77
4.3.4	Volební program VV.....	82
4.4	SHRNUTÍ .....	86
<b>II</b>	<b>EMPIRICKÁ ČÁST.....</b>	<b>91</b>
<b>5</b>	<b>VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ.....</b>	<b>91</b>
5.1	CÍL VÝZKUMU .....	91
5.2	STANOVENÍ HYPOTÉZ.....	91
5.3	VÝZKUMNÁ METODA.....	91
5.4	RESPONDENTI.....	94
5.5	OMEZENÍ VÝZKUMU.....	95
5.6	ANALÝZA ZÍSKANÝCH DAT.....	96
5.7	OVĚŘENÍ HYPOTÉZ.....	108
<b>6</b>	<b>ZÁVĚRY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ.....</b>	<b>111</b>
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>112</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b>	<b>113</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK .....</b>	<b>121</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>122</b>
	<b>SEZNAM GRAFŮ A TABULEK .....</b>	<b>123</b>
	<b>PŘÍLOHY.....</b>	<b>125</b>



## ÚVOD

Celosvětová populace, Českou republiku nevyjímaje, stárne. Zatímco graf na začátku 20.století ukazoval pyramidální společnost s mohutnou základnou mladších věkových kohort a nižším podílem příslušníků starších věkových kategorií, dnešní západní populace je popisována jako společnost obdélníková. V každé věkové dekádě žijí přibližně stejné počty lidí. (Stuart-Hamilton, 1999). Prognózy do budoucna jsou jasné. Mezi lety 2000 až 2050 by se měl podle odhadů podíl osob ve věku šedesáti let a starších ve světové populaci více než zdvojnásobit. Staří lidé se z hlediska věkových skupin tedy stanou významnou a početnou skupinou obyvatelstva. Tento trend bude mít samozřejmě dopad nejen na vzhled demografických grafů, ale promítne se bezesporu do všech oblastí naší každodennosti.

Hlavním tématem mé diplomové práce jsou staří lidé jako voliči. Lze předpokládat, že se stanou velmi přitažlivou voličskou skupinou, která může mít v budoucnu zásadní vliv na výsledky jakýchkoliv voleb. Diplomová práce si klade za cíl zjistit, jak staří lidé volí, jestli je věk důležitým faktorem při volebním rozhodování, a jak staří lidé reagují na hesla politických stran o sociálních jistotách. Práce se zaměřuje zejména na poslední volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v květnu roku 2010, popisuje volební kampaň včetně předvolebních hesel politických stran a nabízí komparaci programů stran v kontextu sociálních jistot.

Empirická část práce je věnována výzkumnému šetření, jehož cílem bylo zjistit postoje a názory seniorů ke konkrétním heslům o sociálních jistotách, která byla použita v předvolební kampani voleb do Poslanecké sněmovny 2010 a objevila se ve formě inzerátů v tištěných médiích a na billboardech po celé České republice.

## 1 STÁŘÍ A DEMOGRAFICKÝ VÝVOJ SPOLEČNOSTI

Definice „starého člověka“, nebo „seniora“ je z důvodu vysoké individualizace procesu stáří velmi obtížná. Na „stáří“ můžeme nahlížet jak z pohledu biologického, tak z pohledu sociálního. Pro potřeby diplomové práce budu termínem „staří lidé“, nebo „senioři“ označovat osoby nad 60 let věku.

### 1.1. VYMEZENÍ POJMU STÁŘÍ A STAŘÍ

Stáří je podle Jandourka (2007) poslední životní fází, která nastává většinou po skončení ekonomické činnosti a je doprovázena fyzickými a duševními změnami.

Dle Stuart-Hamiltona (1999) je nutné posuzovat stárnutí jako součást jakési kontinuální proměny, a proto je nesmírně obtížné definovat moment, ve kterém stáří skutečně začíná.

V současnosti se nejčastěji uvádí věková hranice 60-65 let, i když ve skutečnosti je určení stáří individuální v závislosti na různých faktorech (celková kvalita života, fyzická kondice, psychický stav, socioekonomické postavení, životní styl atd.)

Jak uvádí Kalvach (2004), při interpretaci stáří se používají tři základní přístupy:

1. *Kalendářní stáří* je jednoznačně vymežitelné, dá se proto jednoduše definovat. Nejčastěji se vyjadřuje jako počet let dožitých daným jedincem. V praxi se často etapizuje do tří kategorií. Jde o mladé, staré a velmi staré seniory. Tyto skupiny se pak obvykle vymezují

věkem 65-74 let (popř. 60-74), 75-85 let a věkem 85 let a více.

2. *Sociální stáří* velmi úzce souvisí se sociálními rolemi, které se váží k určitému věku. Obecně je možno průběh života rozčlenit do několika etap, které souvisí právě s věkem, a ke kterým se pak váží určitá společenská očekávání. Jde tedy o předproduktivní věk (0-14), který je spojován se vzděláváním, s výběrem budoucí profesní dráhy a s přípravou na ni. Dále pak produktivní (též reprodukční) věk (15-59, příp. 64), od kterého se očekává produktivita jak v oblasti ekonomické, tak biologické. A konečně postproduktivní věk (60+, příp. 65+) je dáván do souvislosti se sociálním stářím, odchodem do důchodu a vypořádáváním se s novými životními situacemi.

3. *Biologické stáří* se velmi těžko přesně vymezuje. Opírá se o sledování involučních změn (v oblasti fyziologie, adaptace, výkonnosti, mentální vyspělosti apod.), které postihují organismus daného jedince. Potíž v určení biologického stáří spočívá v tom, že lidé stejného kalendářního věku vykazují různé biologické stáří.

Dle novodobého členění lidského života podle osy trhu práce, lze členit život na dobu přípravy na zaměstnání, zaměstnání a dobu po zaměstnání. Stáří tedy začíná věkem, kdy se člověk stává penzistou. Je to okamžik, kdy ztrácí své postavení na trhu práce a zároveň získává oprávnění čerpat zabezpečení ve vztahu k sociálnímu státu (vznikem nároku na starobní důchod). Hranice stáří je tedy přesně určena věkem odchodu z trhu

práce anebo vznikem oprávnění k určitému typu služeb sociálního státu (Mareš, 1998).

Poprvé byla taková hranice odchodu do starobního důchodu (70 let) stanovena v roce 1889, kdy německý kancléř Otto von Bismarck zavedl jako první v Evropě sociální pojištění (Giddens, 1994).

## **1.2. POJETÍ STÁŘÍ V TRADIČNÍ A MODERNÍ SPOLEČNOSTI**

„Všechny společnosti distribuují rozdílná práva a povinnosti na základě věku (věk jako status). Podle Parsonse představuje věk, spolu s pohlavím jeden ze dvou základních příkladů připsaného statusu v systému sociální stratifikace. V tradičních společnostech to bylo podtrženo řadou přechodových rituálů. Dnes je to ovšem spíše relativní koncept konstruovaný v osobní rovině“ (Mareš 1998: 322).

Ve všech tradičních společnostech se projevovala jistá úcta ke starým lidem. Ti byli nositeli prestiže a moci, zejména kvůli svým znalostem a zkušenostem a jejich prestiž s věkem stoupala.

Podle Reichela (2008) byl sociální život obyvatel organizován na úrovni rodových a místních komunit. Princip sociálních struktur tradičních společností byl kastovní či stavovský. Příslušnost ke kastě nebo stavu se přenášela rodově na všechny příslušníky rodiny a určovala jejich sociální postavení.

Jak uvádí Sokol: „Ze „starců“ je původně složen římský senát (z lat. *senex*, stařec), i senáty soudní, nebo různé „rady starších“. „Staří“ lidé tedy vystupují jako znalci, zkušení experti, a zároveň jako ti, kteří mají větší odstup, neboť už nejsou pod takovým tlakem své rodiny a vlastních starostí“ (Sokol 2005: 42).

Jejich funkce ve společnosti byla nezastupitelná, předávali moudrost, příběhy a vědomosti mladším generacím.

Také slovo „starý“ má dle Etymologického slovníku jazyka českého (1999) zajímavý význam. Původně neznamenovalo věkovitý nebo chatrný, ale zralý, dospělý člověk.

Výsledkem rozsáhlých bouřlivých přeměn způsobených průmyslovou revolucí a procesy, které ji doprovázely, vznikaly společnosti moderní. Převratné změny se kromě fungování ekonomiky promítly také do sociálních struktur, mocenských vztahů, způsobu života i pohledu na svět (Keller, 1992).

Tradice i přednosti „starých“ byly odmítnuty a místo toho se dostal do popředí „kult mládeže“ (Sokol, 2002). Pozice starých lidí se stala více nejistou, což zapříčinila dynamičnost sociálních změn v procesu modernizace.

Reichel (2008) vysvětluje, že pro sociální postavení jedince přestává být podstatné, k jaké stavovské úrovni patří rodina, z níž pochází. Rozhoduje postavení jedince na trhu. Tradiční komunita, domácnost, rodina, ztrácejí své klíčové významy, jejich funkce přebírají formální organizace.

Zatímco tedy v tradiční společnosti byla identita jednotlivců v rámci systému sociálních statusů a rolí stabilní, podmínky masové a anonymní společnosti způsobily mimo jiné její krizi (Giddens 2003, Baumann, 1995).

Podle Mareše (1998) hledání identity, spojené s pozdní modernitou se týká i stáří a starých lidí v dnešní společnosti. V procesu stárnutí společnosti nejde jen o to, že v ní roste počet a zároveň podíl

starších osob. Jde i o to, že se znovu vymezuje stáří jako sociální kategorie a vztah společnosti k němu.

### 1.3 DEMOGRAFICKÁ STRUKTURA POPULACE PODLE VĚKU

Dle Mezřického (2003) naše populace dosáhla počtu osob jedné miliardy na přelomu 18. a 19. století. Od té doby růst populace pokračoval závratným tempem. Do konce 20. století, tedy během 200 let, přibylo na naší planetě 5 miliard lidí. Zatímco na první miliardu obyvatel bylo třeba několik desítek tisíc let, té poslední Země dosáhla za 12 let.

Mezřický dále uvádí, že „růst každé populace je závislý především na dvou faktorech: na porodnosti a na úmrtnosti. Od doby, kdy je růst populace sledován (asi od 19. století) se zdá, že porodnost i úmrtnost klesají. Díky zvyšující se péči o novorozence, zlepšujícím se hygienickým podmínkám a zdravotní péči je však pokles úmrtnosti strmější než pokles porodnosti a přírůstek (rozdíl mezi porodností a úmrtností) se zvětšuje. K tomuto jevu však nedocházelo a nedochází na všech místech světa stejně. Některé země již mají hlavní fázi růstu za sebou, v jiných počet obyvatel stále roste. Demografické analýzy odhalily jeden ze základních mechanismů, jímž se dynamika početnosti lidstva řídí. Je jím tzv. demografická transformace (nebo demografická revoluce). Země, v nichž se porodnost a úmrtnost takřka vyrovnaly, jsou země průmyslově rozvinuté, s vysokou úrovní lékařské péče a se systémem různých sociálních podpor, vysokou zaměstnaností žen a kvalitní úrovní vzdělání. Pro tento proces je charakteristický dlouhodobý pokles počtu dětí v rodině, zvýšení věku

matek a jejich společenského uplatnění i změny v sociálním prostředí. Země, které prošly demografickou transformací, vykazují nízkou porodnost i úmrtnost" (Mezřický, 2003: 36-37).

Věková struktura představuje podíl jednotlivých věkových skupin na celkovém počtu obyvatel. V mezinárodních přehledech (OSN, Population References Bureau) jsou zpravidla sledovány 3 základní věkové skupiny.

- 1) do 14 let (předproduktivní věk)
- 2) 15 až 64 let (produktivní věk)
- 3) 65 let a více (poproduktivní věk)

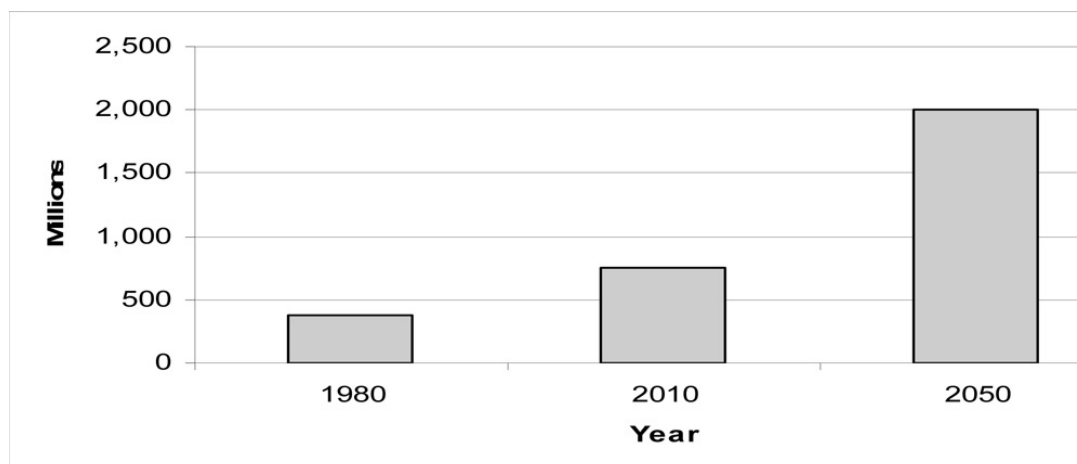
Kuna (2010) však uvádí, že rozdělení obyvatel do těchto kategorií se dnes jeví jako méně vhodné z důvodu posunu období výchovy a vzdělávání. Ve vyspělých zemích na hranici 20 let věku v průměru, u značné části mládeže a v souvislosti s rostoucí nabídkou terciárního vzdělávání, je ještě vyšší.

Postupné stárnutí světové populace dokládá Graf.1, ve kterém je uveden podíl obyvatel ve věku 60 a více let.

Kuna uvádí, že „jestliže v roce 1950 se jednalo o 8% populace, v roce 2009 to bylo 11% a pro rok 2050 demografický úřad OSN odhaduje již 22%" (Kuna, 2010: 55).



Graf.1 Podíl obyvatel ve věku 60 a více let v % (svět celkem)



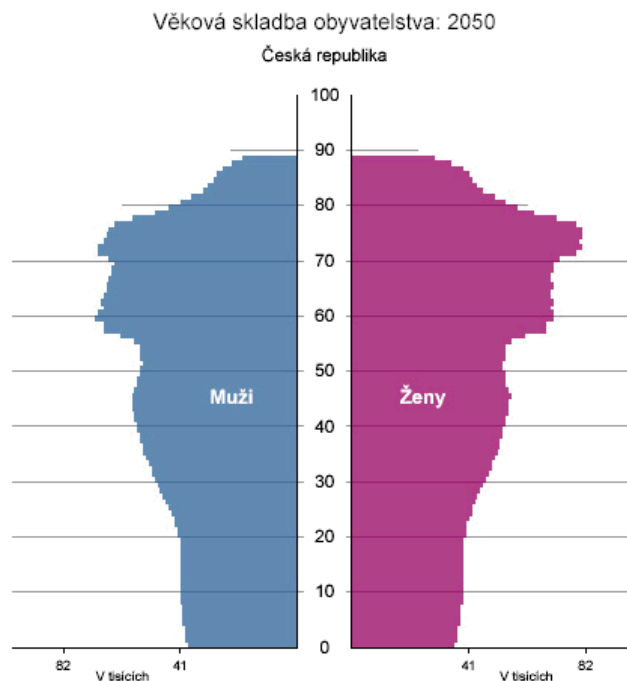
Zdroj: World Population Ageing 2009. UN, New York, December 2009

Dle MPSV ČR<sup>1</sup> je situace v České republice obdobná. Podle střední varianty projekce demografického vývoje zpracované Českým statistickým úřadem by měli lidé starší 65 let v roce 2030 tvořit 22,8 % populace, v roce 2050 pak 31,3 %, což představuje přibližně 3 miliony osob. V roce 2005 tvořily osoby starší 65 let 14,2% obyvatel České republiky. Relativně nejrychleji se přitom bude zvyšovat počet osob nejstarších. Demografické prognózy předpovídají pomalý růst plodnosti, která v České republice v současnosti patří k nejnižším na světě.

---

<sup>1</sup> Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky: Příprava na stárnutí Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/2856>

Graf.2 Věková skladba obyvatelstva 2050 ČR



Zdroj: [www.czso.cz](http://www.czso.cz)<sup>2</sup>

Pavlík uvádí, že „jestliže v současné době připadá na 100 dětí ve věku do 15 let 115 osob starších 60 let, pak v horizontu 15 až 20 let by na každé dítě ve věku do 15 let měly připadat 2 osoby starší 60 let. V dalším období by se tento poměr měl ještě zvyšovat a kolem roku 2050 by podle nízké varianty prognózy mohl dokonce činit jedna ku čtyřem, tedy na 100 dětí do 15 let dokonce 400 osob starších 60 let“ (Pavlík 2002: 93-94).

Problém stárnutí populace s sebou v dlouhodobé perspektivě přináší riziko kolapsu veřejných sociálních služeb a vynucuje si tak reformy v oblasti penzijních, zdravotních a vzdělávacích systémů na národní i globální úrovni.

---

<sup>2</sup>Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vekova\\_skladba\\_obyvatelstva\\_v\\_roce\\_2050](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vekova_skladba_obyvatelstva_v_roce_2050)

## 2 VOLEBNÍ CHOVÁNÍ VOLIČŮ

Které faktory jsou v procesu volebního rozhodování dominantní a nejvíc ho ovlivňují? Je rozhodnutí volit konkrétní politickou stranu výsledkem dlouhodobé preference anebo vždy nově váženého rozhodnutí? Mají na voliče vliv osobnosti stranických vůdců, předvolební kampaň, mediální kauzy nebo dlouhodobá identifikace s politickou stranou a sociální příslušnost? Jde při rozhodování koho volit o zvyk, nebo o promyšlený krok na základě informací? Těmito a dalšími otázkami se již tradičně zabývá politologie i sociologie a tvoří jádro výzkumu volebního chování.

Matějů a Vlachová uvádí, že „volební chování bývá zpravidla vysvětlováno jednak sociálně-ekonomickými charakteristikami voličů (sociální třída, status, příjem, sociální identifikace), jednak jejich politickými postoji či hodnotami (skutečnými i deklarovanými). Tyto dvě skupiny navzájem propojených faktorů vytvářejí politicko-psychologické vazby voličů ke stranám či politikům“ (Matějů, Vlachová, 2000: 257).

Podle Vodičky a Cabady (2003) chování voličů a jejich preference ovlivňuje především jejich sociální postavení, hodnotová a náboženská orientace a vzdělání.

Jeřábek (2000) zmiňuje, že první čistě vědecký výzkum volebního chování voličů byl uskutečněn Paulem Lazarsfeldem v USA, který technikou panelového výzkumu opakoval rozhovory vždy se stejným souborem respondentů. Výzkumem sledoval vývoj názorů a postojů této skupiny

v období kampaně před prezidentskými volbami, přičemž se snažil pochopit proces formování politických preferencí.

V České republice, jak uvádí Lebeda (2007) se první výzkum volebního chování uskutečnil v souvislosti s volbami do Poslanecké sněmovny v roce 1996.

## 2.1 ZÁKLADNÍ MODELY VOLEBNÍHO CHOVÁNÍ

V průběhu vědeckého zkoumání volebního chování byli zformulovány a navrženy různé teorie a modely, které se snaží o vysvětlení podstaty volebního chování. V následující části popíšu 3 nejvýznamnější, jak ve své práci uvádí Grofman (2000), a to sociologický model, sociálně-psychologický model a model racionálního výběru.

Je však třeba brát v úvahu, jak upozorňuje Vlachová, že „volební chování má také svou sociální bázi, podobně jako stranické systémy, a tato báze se utvářela pod vlivem: národní revoluce (centrum/periferie, národní a jazykové rozdíly, náboženství), industriální revoluce (třída, odborová organizovanost, sociální mobilita), rostoucí role státu (soukromý/veřejný sektor) a postindustriálních vlivů (vzdělání bohatství, postmaterialismus), a jiné vlivy (věk/generace, pohlaví, sociální prostředí). Na volební rozhodování mohou působit také krátkodobé vlivy jako vývoj ekonomiky, masmédiá (zejména televize), politici, kampaň přesvědčování (canvassing) a výzkumy veřejného mínění“ (Vlachová, 2000: 9).

### **2.1.1. Sociologický model**

Matějů a Řeháková (2000) uvádí, že tento model se orientuje na volební chování skupin, zejména sociálních tříd, věkových a náboženských seskupení. Je založen na předpokladu, že sociologické proměnné jako socioekonomický statut, náboženství, etnicita nebo místo bydliště určují zájmy, jejichž reprezentaci voliči vyhledávají na politické scéně. Mezi sociálními skupinami a stranami se utváří vztah, protože strany hájí zájmy těchto sociálních skupin. Tento model nezohledňuje roli postojů, názorů ani hodnot.

Vlachová (2000) doplňuje, že je vhodný pro studium procesu zpevnování vazeb mezi voliči a stranami (realignment).

### **2.1.2. Sociálně psychologický model**

Matějů a Řeháková (2000) uvádí, že sociálně psychologický model, nebo také model stranické identifikace vysvětluje volbu jako vyjádření loajality k politické straně. Tento přístup bere v úvahu kromě sociologických charakteristik hlavně psychologické faktory a atributy jako politické postoje, individuální zájem o politiku nebo stranická identifikace.

Důležitou publikací pro vznik tohoto modelu se stala kniha Anguse Campbella „The American Voter“(1960), ve které byl koncept stranické identifikace představen.

Stranickou identifikaci Campbell definoval jako „afektivní orientace jedince k důležitému skupinovému objektu v jeho prostředí, přičemž politická strana je skupinou, k níž si jedinec může vytvořit identifikace

různé intenzity, pozitivní nebo negativní" (Campbell 1960: 121).

Linek (2010) doplňuje, že stranická identifikace má svůj původ v politické socializaci člověka, která probíhá v rodině, v komunitě, ve společnosti. Nejprve jedinec získává stranickou identifikaci od rodičů v období zvaném raná fáze politické socializace, časově řazeném do období dospívání (to znamená, že například u dítěte vystavenému aktivním politickým postojům rodičů je pravděpodobné, že získá podobný vztah k politice jako jeho rodiče). Nicméně v době dospívání a rané dospělosti se jedinci o politiku příliš nezajímají a jsou k ní z větší části lhostejní, protože stranická identifikace není v této věkové skupině rozšířená. Jakmile se ale občané blíží třiceti letům věku, narůstá mezi nimi podíl stranicky identifikovaných, přičemž tento vzestup kulminuje kolem věku 60-65 let.

### **2.1.3. Model racionálního výběru**

Říchová (2006) charakterizuje model racionálního výběru anebo teorii racionální volby jako obecné označení přístupu, který využívá pro vysvětlení (racionálního) politického chování jednotlivce i skupin jednotlivců především ekonomické a matematické metody.

Plecitá (2003) uvádí, že tento model umísťuje jedince do úplného centra své analýzy, přičemž nevěnuje pozornost jeho postavení ve společenských strukturách nebo jeho skupinovým identitám, ale soustřeďuje se na jeho motivaci, záměry a mechanismy, ovlivňující proces rozhodování. Tento model považuje voliče za racionální bytost, která posuzuje, co mu strany nabízejí podle politicky významných témat, snaží se maximalizovat zisky a minimalizovat náklady.

Heywood (2004) doplňuje, že voličovo chování je chápáno jako racionální akt: podpora straně odráží rozumový kalkul z hlediska vlastního egoistického zájmu. Voliči hlasují instrumentálně: volba je prostředek, kterým chtějí dosáhnout určitého cíle. Existují různé modely racionální volby: někteří autoři chápou hlasování jako zpětný komentář ke straně, která je u moci a k tomu, jak její počínání ovlivnilo voličův výběr; jiní (např. Anthony Downs ve své tzv. ekonomické teorii demokracie) říkají, že si voliči vybírají mezi nabídkami (programy) politických stran jako mezi zbožím nebo službami, které kupují. Jedním z důsledků oslabování dlouhodobého ztotožnění s politickou stranou je ostatně stále častější „hlasování podle témat“ (*issue voting*), tj. rozhodování se podle aktuálních témat, které strany spolu s médií voličům předloží jako hlavní otázku voleb – a v souvislosti s těmito tématy může hrát roli právě osobní zájem voličů.

Takovým hlavním tématem byly například poplatky u lékaře v senátních volbách v roce 2008, které značně ovlivnily jejich výsledek a staly se jakýmsi referendem o nich.

Tato teorie má ale také své trhliny. Podrobněji se touto problematikou zabýval Caplan (2010) ve své knize „Mýtus racionálního voliče – Proč v demokracii vítězí špatná politika.“ Upozorňuje v ní na fakt, že myslet si, že voliči při svých rozhodnutích přemýšlejí racionálně a jak nejlépe umějí je liché. Často konají iracionálně a rozhodují se podle mylných představ, které jsou pro ně emocionálně přitažlivé.

Tuto teorii potvrzuje i Krejčí když píše, že „lidé vkládají do politických hodnocení citovou angažovanost.

Přestože bývá její úroveň u různých lidí odlišná, i v politice tvoří emoce produktivní a mnohdy dokonce dominantně produktivní odraz politických jevů v podobě citových hodnocení a reakcí. Ty často převládají nad myšlenkovou analýzou, či stojí přímo proti ní, nebo ji svou intenzitou z hlediska subjektu osobnosti jednoduše odmítají. City pak jsou příčinou toho, že mnohá politická rozhodnutí a činy jsou mimo rámec prostého kalkulování užitku. Omezená racionalita je dána i tím, že člověk v politice někdy jedná impulzivně, pudově. Často je pak takzvaná racionalita, pouze převyprávěný pudový impulz" (Krejčí, 2004: 284).

## 2.2 STAŘÍ LIDÉ A JEJICH VOLEBNÍ CHOVÁNÍ

Vliv věku jako demografické proměnné na volební rozhodnutí voliče a zkoumání odlišností ve volbě mladých a starých lidí je předmětem odborných studií mnoha autorů. Fisher (2008) připouští, že věk může být důležitým, i když často přehlíženým faktorem při volebním rozhodování. Nejenže existuje rozdíl mezi tím, jak různé věkové skupiny hlasují v určitých volbách, ale existuje možnost dlouhodobého generačního vlivu na volební rozhodování. Fisher rozlišuje „krátkodobý věkový rozdíl“ (rozdíl mezi tím, jak různé věkové kohorty hlasují v určitých konkrétních volbách) a „dlouhodobý věkový rozdíl“ (rozdíl mezi tím, jak určité generace hlasují v průběhu celého života)

Vlivem věku na politické rozhodnutí a generačními rozdíly v prezidentských volbách v USA, se ve svém výzkumu zabývala Jenny Holland (*„Generation Gap? Young versus Old Voters and Presidential Candidate*



*Preference*", 2011). Načrtla 3 teoretické konstrukty, které vysvětlují odlišnost volby mezi věkově odlišnými voliči:

- 1)teorii věkové stratifikace
- 2)teorii životního cyklu
- 3)hypotézu vzbouřeneckého kandidáta.

### **2.2.1. Teorie věkové stratifikace (*age stratification theory*)**

Holland (2011) uvádí, že teorie věkové stratifikace předpokládá, že jednotlivci budou preferovat kandidáty věkově bližší, takže starší a mladší voliči budou preferovat kandidáty z jejich vlastní věkové kohorty.

Foner (1974) doplňuje, že podle této teorie, věk „sdružuje“ jednotlivce a skupiny v rámci sociální struktury společnosti více než ekonomické postavení. Protože každá věková skupina se skládá z lidí podobného věku a životní fáze, můžeme předpokládat sklon ke sdílení kapacit, schopností a motivací souvisejících s věkem. Věk je také kritériem pro vstup nebo opuštění role a pro různé odměny a povinnosti související s těmito rolemi. Stručně řečeno, věk je základem „strukturované sociální nerovnosti“.

Rozdíly v chování a rozhodování jsou dané dvěma nezávislými procesy:

- (1) stárnutím jako individuálními fyziologickými a psychologickými změnami od narození až po smrt procházejícími různými rolemi a získáváním zkušeností z těchto rolí a

(2) koloběhem kohort, kde jedna generace následuje další, z nichž každá žila v jiném historickém období, v jiném sociálním klimatu a má jiné zkušenosti.

Generační rozdíl a vliv období, ve kterém jednotlivé generace žijí, potvrzuje také Fisher (2010) když píše, že lidé z různých generací vyznávají jiné politické hodnoty, v důsledku měnících se socio-ekonomických podmínek společnosti v čase. Socio-ekonomické podmínky mají vliv na formování těchto politických hodnot od dětství až do rané dospělosti. Změny v společenském klimatu, tak mohou působit změny v politické orientaci voličů. Mladí voliči mají tendenci odrážet dominantní politické klima, ve kterém byli politicky socializováni. Výsledkem je, že různé generace mají odlišné stranické preference.

### **2.2.2 Teorie životního cyklu (*life-cycle explanation*)**

Foner (1974) uvádí, že teorie životního cyklu předpokládá, že jak lidé stárnou, stávají se více konzervativními a upřednostňují konzervativní kandidáty, zatímco mladí voliči preferují liberálnější kandidáty.

Podle Riggle a Johnsona (1996), prvotní výzkumy připisovaly konzervativizmus starších voličů narůstajícím obavám o bezpečnost, jistotu a zdraví, jako součástí stárnutí a životního cyklu. Později však výzkumníci zjistili konzervatismus i v dalších oblastech jako jsou vzdělání či příjem a tento fakt byl následně vysvětlován jako generační rozdíl. Závěry prvních studií odráželi pouze aktuální nepříznivý stav v daném období.

Fisher (2008), ale poukazuje na možnou stereotypizaci tohoto předpokladu a ukazuje, že v USA byli v některých volbách mladší voliči více nakloněni konzervativním kandidátům než starší voliči, takže tento předpoklad nemusí vždycky platit.

Schatz (2002) doplňuje, že markantní rozdíl mezi mladší a starší generací byl zaznamenán po pádu komunismu ve východní Evropě v roce 1989-1990, kdy starší generace výrazně tíhla ke konzervativní volbě, zatímco mládež volila na změnu orientované strany. Celkově můžeme říci, že mladší věková skupina ve východní Evropě hlasovala ve prospěch rychlejších sociálních změn, zatímco starší věková skupina usilovala o zachování statu quo.

### **2.2.3 Hypotéza vzbouřeneckého kandidáta (*insurgent candidate hypothesis*)**

Podle Foner (1974), hypotéza vzbouřeneckého kandidáta předpokládá, že mladší lidé preferují politické kandidáty, kteří jsou „vyzyvatelé“ tradičních politických stran, zatímco staří lidé preferují víc tradiční kandidáty z hlavního proudu.

Tuto hypotézu potvrzují také studie Campbella a Strate (1981), které upozorňují, že nezávislý kandidáti (stojící mimo tradiční politické strany) získávají mezi starší populací podporu obtížněji než mezi mladšími.

### 2.3 VOLEBNÍ CHOVÁNÍ STARÝCH LIDÍ V ČR

Lebeda a Linek (2007) uvádí, že vědecké výzkumy volebního chování odhalují v souvislosti s úrovní volební účasti následující vztah. Podíl volební účasti je nejnižší mezi nejmladšími voliči, volební účast se s rostoucím věkem zvyšuje a dosahuje svého vrcholu ke konci středního věku. Ve stáří začíná volební účast pozvolna klesat.

Naproti tomu Rabušic (2004) uvádí, že se jedná o celkovou politickou aktivitu seniorů, která s narůstajícím věkem klesá, anebo se (spíše až v pozdějším věku) mění v nezájem. Na straně druhé takových politických činností, které nevyžadují vysokou aktivitu a vynakládanou energii, se senioři zúčastňují až do vysokého věku. Dokládá to poměrně vysoká účast ve volbách i zájem seniorů o politiku a politické informace prezentované v médiích.

Výzkum vztahu seniorů k politice v České republice provedl v rámci výzkumu „Senioři a politika“ Petr Mareš (1998). Z výsledků vyplývá, že „zájem o politiku je mezi seniory celkově nižší než u mladší populace. Například mezi osobami ve věku nad 60 let je dvojnásobný podíl těch, kteří tvrdí, že o ni nemají žádný zájem, než je tomu u mladších ročníků. Hlavní podíl poklesu zájmu se týká osob starších 75 let“ (Mareš, 1998: 327).

Naopak poměrně vysoká je mezi seniory pasivní konzumace politiky prostřednictvím médií. Tři čtvrtiny seniorů z Marešova (1998) zkoumaného souboru v posledních parlamentních volbách volilo, 17% nevolilo a 8% uvedlo, že si nevzpomíná. Takto měřená politická aktivita je tedy mezi seniory relativně vysoká a srovnatelná s aktivitou

mladších generací. Mezi důvody, které vedly k neúčasti ve volbách, se nejčastěji objevovaly znechucení ze současné politické situace (35 %), nezájem o politiku (22 %) a pocit rezignace spojený s názorem, že na mém hlasu nesejde (20 %).

První výzkumy volebního chování vůbec se v ČR uskutečnily po roce 1989. Výsledky zkoumání vzájemného vztahu volby a věku voliče, jak zmiňuje Řeháková, ukázaly, že „věk voliče a volba mezi levicí a pravicí jsou mezi sebou úzce propojené. Voliči se totiž rozpadají do dvou skupin. První skupinu tvoří věkové kategorie 18-19, 20-21, 22-29, 30-44 a druhou věkové kategorie 45-59, 60 a více. Tyto dvě skupiny jsou uvnitř homogenní (volební chování uvnitř skupin není významně odlišné), mezi sebou jsou ale skupiny heterogenní, protože starší voliči jsou více nakloněni levici než mladší“ (Řeháková, 1998: 17-18).

Řeháková (1998) dále konstatuje, že od samého počátku nového režimu měly mladší generace větší pochopení pro změny, protože cítily, že spíše získávají než ztrácejí, zatímco u starších tomu tak nebylo. Mladší tak inklinovali silněji k pravicovým stranám než starší generace.

Rabušic tento fakt vysvětluje následovně: “Ve vnímání polistopadového vývoje jsou lidé starší 60 let častěji od počátku nespokojeni a vyjadřují se k probíhajícím změnám a společenskému vývoji více kriticky než mladší generace. Navíc velkou část věkových kohort dnešních seniorů zasáhly nové tržní a společenské podmínky svým způsobem pozdě, jejich příslušníci se většinou už nemohou aktivně podílet na jejich výhodách a

nezbývá jim ani čas přizpůsobit se změnám<sup>3</sup>. Transformace společnosti znamenala v zásadě přesun životních příležitostí od starších osob k mladším" Rabušic (2004: 74).

Vztah věku a tíhnutí k levici či pravici je tedy v ČR jiná, než je tomu ve většině demokracií. Tam jsou naopak často mladší generace levicovější než starší generace.

Stále však platí, jak zdůrazňuje Řeháková (1998), že sociální příslušnost a vzdělání starých lidí jsou významnějšími determinantami volebních preferencí než jejich věk.

### **2.3.1 Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010**

Voleb do Poslanecké sněmovny se v květnu roku 2010 účastnilo 62,6% oprávněných voličů. Volby vyhrála ČSSD a získala 22,08% hlasů. Dále se umístila ODS s 20,22%, TOP 09 s 16,70 %, KSČM s 11,27% a VV 10,88% ([www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)).

Voliči jednotlivých věkových skupin volili následovně :

---

<sup>3</sup>Ve stáří se snižuje také „schopnost“ přizpůsobit se změnám. Čím jsou lidé starší, tím náročnější se pro ně stává větší životní změna (Říčan, 2004)

Graf.3: Voliči podle věku (22-29 let)



Zdroj: [www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)

Mezi mladými lidmi od 22 do 29 let jasně dominovala nová pravice politická strana TOP 09, která i svou předvolební kampaní cílila na mladší věkové ročníky. Těsně následuje ODS s 21,5% a VV jako další nový subjekt s 13,8% hlasů.

Graf.4: Voliči podle věku (30-44let)



Zdroj: [www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)

Ve věkové skupině 30-44 let je situace obdobná. Dvě pravice strany získaly nejvíce hlasů. Vyhrála ODS a TOP 09 se umístila těsně za ní. Na třetím místě je ČSSD s nárůstem 4,4% hlasů.

Graf.5: Voliči podle věku (45-59 let)



Zdroj: [www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)

Ve věkové skupině 45-59 let vidíme nárůst preferencí levicových stran, u ČSSD o 8,2% hlasů, u KSČM o 7,2%, zatímco ODS získala o 2,3% hlasů méně a TOP 09 zaznamenala pokles o 7,2%.

Graf.6: Voliči podle věku (60 a více let)



Zdroj: [www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)

Ve věkové skupině nad 60 let věku jasně dominují levicové strany ČSSD s 33,1% a KSČM s 19,00%, nicméně nezanedbatelné čísla dosáhla také ODS se 17,3%, TOP 09 s 8,1% a VV s 6,5%.



Výsledky voleb podle věkových skupin kandidátů naznačují opakování modelu, který popsala Řeháková (1998) o rozdělení voličů do dvou skupin. První skupina 18-19, 20-21, 22-29, 30-44, a druhá skupina 45-59, 60 a více, přičemž první skupina inklinuje k pravicovým stranám a druhá skupina k levicovým.

#### **2.4 POSTOJE A PŘEDSUDBY VŮČI STARÝM LIDEM V KONTEXTU VOLEBNÍHO CHOVÁNÍ**

O předsudcích vůči starým lidem nebo jejich diskriminaci (ageismu) se v širším kontextu zabývá mnoho autorů. V této části práce se zaměřím na předsudky vůči starým lidem v kontextu jejich volebního chování. Předsudky a diskriminace se většinou objevují v průběhu předvolební kampaně, kdy strany cílí na seniory jako voličskou skupinu. Vášnivé diskuze vyvolávají také průzkumy veřejného mínění, které zveřejňují voličské preference podle věkových skupin.

Prvním obvyklým předsudkem o starých lidech je, že jsou „levičáci“. Je pravdou, že většina starých lidí se přiklání k levicovým politickým stranám, ale toto tvrzení neplatí plošně.

Podle údajů CVVM před parlamentními volbami v roce 2010, více než třetina voličů v důchodovém věku byla rozhodnuta podpořit ČSSD. Jen o něco méně, 28% se rozhodlo volit komunisty. Necelých 13% penzistů dalo svůj hlas největší pravicové straně, ODS. Další šest procent sympatizovalo s výrazně pravicově se prezentující TOP 09. Na třetím místě u pravicových

penzistů stála strana lidová (5,7 %) a pak Věci veřejné s 4,5% (www.tyden.cz)<sup>4</sup>.

Diskuzi o předsudcích a diskriminaci před volbami otevřel také svérázný klip Petra Zelenky „Přemluv bábu“, ve kterém jsou mladí lidé nabádáni, aby odcestovali za svými prarodiči na vesnici a přesvědčili je, aby volili pravicové strany, protože voliči levice jsou právě „dědek a bába“. Část veřejnosti považovala klip za dobrý vtip a nadsázku, část veřejnosti byla pobouřena. Média se v této kauze také rozdělila do dvou táborů. Zatímco jedna část novinářů považovala tento klip za zpestření kampaně, druhá část ho považovala za nehorázné pohrdání starými lidmi a několik dnů byl tento počin předmětem článků, úvah a blogů.

Nicméně, objevil se také názor, že svůj podíl na předsudcích a diskriminaci starých lidí nesou právě média. Podle McQuaila (2007) vnímání stáří a postoje většinové populace k seniorům jsou, kromě jiných faktorů, ovlivňovány informacemi z médií. Hlavní vliv médií v současné společnosti spočívá v jejich spolupodílení se na konstruování reality.

Příkladem může být článek Ivy Vokurkové „*Jak volí čeští senioři? Levice vítězí 2:1*“. Autorka uvádí článek následujícím úvodem: *„Třinácté důchody. Každoročně valorizované penze. Minimální důchod 10 tisíc korun. Těmito sliby se snaží levice přilákat voliče seniory. A vychází jí to. Podle průzkumů CVVM je 65 procent voličů*

---

<sup>4</sup> Článek: „*Jak volí čeští senioři? Levice vítězí 2:1*“ .  
Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1\\_170068.html](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1_170068.html)

*nad 60 let rozhodnuto podpořit dvě největší levicové strany ČSSD a komunisty" ([www.tyden.cz](http://www.tyden.cz))<sup>5</sup>.*

Hned v úvodu tedy čtenář dostává informaci o předvolebních slibech zaměřených na lákání starých lidí. Následuje konstatování, že stranám to vychází, protože podle výzkumu je staří lidé volit budou. Dochází zde ale k velmi zjednodušené interpretaci. To, že staří lidé volí ČSSD nebo KSČM, ještě nutně neznamená, že je ovlivnila laciná předvolební hesla, kterým uvěřili. I staří lidé, kteří považují třináctý důchod za nesmysl, mohou být pořád z různých důvodů voliči ČSSD (zvyk, rodinná tradice, levicové přesvědčení atd.). Články nebo komentáře v obdobné formě objevující se v médiích podsouvají čtenářům mylné informace a chybné závěry potom způsobují averzi vůči starým lidem, kteří takto volí levici kvůli „13. důchodu“.

---

<sup>5</sup> Článek: "Jak volí čeští senioři?Levice vítězí 2:1" .  
Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1\\_170068.html](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1_170068.html)

### 3 POLITICKÝ MARKETING A VOLEBNÍ KAMPANĚ

Využívání politického marketingu a jeho nástrojů politickými stranami za účelem přilákání voliče a sebe prezentace v posledních letech v České republice prudce stoupá. První úspěšně aplikované metody můžeme na české politické scéně sledovat od voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Strany využívají metody politického marketingu zejména v rámci předvolebních kampaní, i když v západních demokraciích je politický marketing využíván komplexněji i v mimo volebních obdobích k udržování kontaktu s voliči. Čím dál tím více si české politické strany uvědomují důležitost celkové strategie strany, volebního programu, chování kandidátů či politické reklamy v rámci předvolební kampaně, která může mít nezanedbatelný vliv na rozhodování voličů. V této kapitole se zaměřím na volební kampaně a jejich vliv na rozhodování voličů, zejména pak vliv hesel a sloganů.

#### 3.1 VYMEZENÍ POJMŮ

*Politický marketing* - „sňatek politiky a marketingu“. Takto ho ve své studii nazývá průkopnice v komparaci marketingových metod politických stran Lees-Marshment (2001) a vidí jej jako způsob myšlení politických stran, to jak nahlížejí na potřeby a názory voličů, a jak se pak v souvislosti s tím chovají. Klíčovým aspektem je pak výsledná realizace příslušného směru vystupování, které zahrnuje vedení, kandidáty, zaměstnance, členy, symboly, činnost, a také současnou i navrhovanou politiku.

Podle amerického politologa Bruce I. Newmana (Čaloud a kol.2006), je politický marketing ve své podstatě aplikování, rozvíjení a realizování strategicky připravené kampaně. Newman vytvořil model politického marketingu, na kterém dále vysvětluje model marketingově orientované kampaně. Tvoří ji 4 fáze -

- 1)proces segmentace
- 2)umístění kandidáta
- 3)formulování strategie
- 4)realizace strategie

Proces segmentace umožňuje popsat elektorát a rozdělit voliče do různých skupin podle zvolených kritérií (sociodemografických, politické příslušnosti a dalších). Ve fázi příprav je možné na vybraných segmentech zjistit, jak budou reagovat na volební program. Politická strana si tak přesně označí voličské skupiny (segmenty), které je schopna oslovit a zaujmout svým programem, a přizpůsobí jim konkrétní politickou nabídku. Segmentace napomáhá také v účelném nakládání s finančními prostředky v průběhu kampaně. Nevyplácí se vést nákladnou část kampaně v regionu, kde jasně označíme loajální voličské segmenty konkurence.

Po procesu segmentace následuje proces „umístování“ strany na politickém trhu. Trh je v politickém marketingu chápán jako místo, kde probíhají volební transakce, např. volební klání. Důkladná analýza trhu znamená tedy prozkoumání politické situace, potřeb voličů, stranické konkurence, sociálně-demografických podmínek atd. a je klíčovou součástí přípravy marketingově orientované kampaně. Získané informace umožní formulovat volební program, který bude přesně odpovídat potřebám voličských segmentů. Je nutné, aby

strana prezentovala takový program, podle kterého si jí volič všimne a zapamatuje.

Spousta charakterizuje volební kampaň jako „organizované úsilí kandidujících jednotlivců s cílem přesvědčení voliče a zajištění dostatečné podpory kandidujícímu“ (Spousta, 2001: 58).

Má 4 hlavní cíle:

- 1) Informovat voliče - o konání voleb, o kandidátech, o politickém programu, o cílech, kterých chce strana dosáhnout atd.
- 2) Přesvědčit voliče - aby podpořili jejich stranu (pomocí roznášení volebních letáků, volebních mítinků, osobních kontaktů s voliči, vysílání volebních spotů v televizi, reklamy v médiích na národní úrovni, internetu atd.)
- 3) Posílit stávající podporu (reinforcing) tzn. Posílit, upevnit podporu stoupenců strany
- 4) Mobilizovat voliče - zajistit účast ve volbách“ (Denver, Hands in Bradová 2005).

### **3.2 VOLEBNÍ KAMPAŇ POLITICKÝCH STRAN**

Nejvíce pozornosti a zájmu ve výzkumech volebních kampaní vzbuzují otázky po jejich efektivitě a účinnosti. Politické strany věří, že volební kampaně jim pomáhají zviditelňovat stranu, mobilizovat voliče a přesvědčovat je o svých cílech a plánech. Na volební kampaně vynakládají enormní finanční prostředky i energii. Snaží se být všude a vyniknout víc než konkurence.

Bradová (2005) uvádí, že zkoumáním účinků kampaně na jednotlivce a míra vlivu na jeho volební chování je předmětem studia mnohých akademiků, kteří se však v názoru na míru účinnosti kampaní rozcházejí. Shodně však připouští, že volební kampaně mají vliv na volební chování a výsledky voleb a že události, které se odehrávají v průběhu kampaní, ovlivňují názory voličů a v konečném důsledku působí také na jejich volební preference.

### **3.2.1 Účinky volebních kampaní**

Účinků volebních kampaní je celá řada. Podle Bradové (2005) rozlišujeme účinky na mikroúrovni a makroúrovni. Mikroúroveň reprezentují především krátkodobé nebo okamžité účinky kampaní, jež jsou spojené s přímým působením kampaní. Makroúčinky naopak obnášejí dlouhodobé následky, kterými kampaně působí na společnost a politický proces. Tyto účinky jsou spojeny s konkrétními dopady úspěchu určité strany ve volbách, tzn. jaký prosazuje politický program, jak přistupuje k veřejným otázkám atd.

Dále účinky rozdělujeme podle toho, jaký mají dopad na chování voličů a zda dosáhnou zamýšlených cílů nebo naopak vyvolají nezamýšlené reakce.

Tab. 1 Typologie účinků kampaní

TYPY ÚČINKU		
	Zamýšlené	Nezamýšlené
<b>Mikro</b>	Individuální	Získání znalostí
	Získání znalostí	Změna způsobu vnímání
	Změna způsobu vnímání	(De-)motivace
	Mobilizace	Podpora/odcizení
<b>Úroveň analýzy</b>	Přesvědčení	
	Aktivizace	
	Posílení	
	Změna	
<b>Makro</b>	Úspěch ve volbách	Pokles vnímavosti elit
	A v referendech	(De)legitimizace
	Sestavování agendy	(De)mobilizace
	Formování veřejné debaty	Přeměna elit
	Znalosti veřejnosti	Transformace strany

Zdroj: Schmitt- Beck, Farrell 2002: 13 in Bradová 2005

Bradová vysvětluje, že „do zamýšlených účinků na mikroúrovni patří mobilizace, přesvědčování a posilování podpory, což znamená, že na základě kampaně se straně podaří voliče podnítit k tomu, aby šli k volbám a dali hlas právě jí. Kampaně v tomto ohledu představuje způsob, jak oslovit voliče, aktivovat a posílit jejich skryté predispozice a záměr volit určitou stranu. Kampaně však může být také spouštěcím faktorem nezamýšlených účinků. Pokud je obsah kampaně příliš negativní a útočný, může se stát, že voliči budou těmito událostmi od účasti ve volbách spíše odrazováni. Kampaně tak, ačkoliv usilují o opak, mohou přispět ke klesající volební účasti, růstu politického cynismu, apatii a nezájmu o politiku. Na makroúrovni můžeme zamýšlenými makroúčinky chápat způsob, jak bude vítězná strana schopna získávat pomocí kampaně podporu pro svůj program a komunikovat s veřejností o tom, jak plní poslání, pro které voliči stranu volili. Nezamýšlenými makroúčinky můžeme nazvat



situaci, kdy kampaně nahradí faktickou politickou debatu, voliči se politikům odcizí a systém postupně ztrácí legitimitu" (Bradová, 2005: 84-85).

Tím, jaký vliv mají politické kampaně na volební chování, se zabýval také Patrick Fourier (2006). Podle tohoto autora lze identifikovat dvě formy různosti v politickém chování - v prvním případě jde o rozmanitost v procesu rozhodování a v tom druhém jde o rozmanitost ve výsledku rozhodování. Je jasné, že lidé disponující rozdílnými informacemi a to v různé míře, nepřemýšlejí o politice stejným způsobem - spoléhají na odlišné informace nebo stejným zprávám dávají odlišnou váhu a z toho následně vychází také jejich odlišné hodnocení politických subjektů. Stranická identifikace, ideologie, programové priority či osoba lídra strany nemusí mít stejný dopad na hlasování všech občanů. Zatímco pro někoho (kdo je možná více informován) hraje důležitější roli ideologie, pro jiného (možná méně informovaného) je důležitější spíše lídr. Cílem politické kampaně by mělo být právě tyto rozdíly minimalizovat. Otázku, zda kampaně snižují, zvyšují, popř. žádným způsobem neovlivňují rozdíly v informovanosti jednotlivých skupin voličů a následně také jejich volbu, si položil i Fourier. Jeho analýza odhalila, že politické kampaně signifikantně redukuje míru rozdílnosti v informovanosti mezi elektorátem, avšak i přesto značné množství rozmanitosti mezi voliči přetrvává.

### 3.2.2 Účinky negativní kampaně

Vedle programů, výrazných lídrů a profesionalizované práce s médii politické strany v posledních letech využívají, a to zejména v období před volbami, též takzvanou negativní reklamu, která se spíše než na pozitiva samotného kandidáta soustředí na údajné slabé stránky protivníka. Podle Buchty (2002) její rozmach započal v šedesátých letech minulého století ve Spojených státech. Negativní kampaň se coby snaha získat hlasy prostřednictvím atakování politických konkurentů namísto zdůrazňování vlastních předností sice vždy stává předmětem kritiky na veřejnosti i v médiích, ale na druhé straně přináší i velký zájem a druhotnou publicitu.

Velkou váhu přikládá negativní kampani např. sociolog Ivan Gabal, který tvrdí, že nevybíravé napadání politických protivníků může významně ovlivnit výsledek voleb. „Negativní kampaň míří nejen na voliče a věrohodnost programů a soupeřů, ale také na sebevědomí soupeřů a jejich emocionální a racionální stabilitu. Podlomení sebevědomí soupeře a zatlačení jeho kampaně do emocí, osobních ataků a hysterických reakcí, které oslabují strategické schopnosti a cílevědomé jednání, je předpokladem úspěchu, který stojí na neschopnosti soupeře strategicky a racionálně reagovat. Jakmile se soupeř začne rozhořčovat nad negativním přístupem, reaguje emocionálně a ztrácí schopnost odpovídat svým programem a racionálními argumenty“ (Gabal 2006)<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Gabal, Ivan. 2006. *Pozitivní důsledky negativní kampaně*. iHNned.cz 13.6.2006 Dostupné z: [http://ihned.cz/3-18663930-Gabal-000000\\_d-a8](http://ihned.cz/3-18663930-Gabal-000000_d-a8)

Negativní reklamou byla poznamenána také předvolební kampaň voleb do Poslanecké sněmovny 2010. Hlavním a nejviditelnějším prostředkem se staly billboardy a tvorba parodujících webových stránek zejména dvou nejsilnějších stran a to ČSSD a ODS. Billboardy proti ČSSD „Zruším ranní kocovinu“, ČSSD *proti Vám* nebo billboardy proti ODS „Chceme kapitalismus do zdravotnictví“, „ODS mínus - snížíme daně nejbohatším“. Zajímavé bylo, že na „parodujících“ materiálech (billboardy či v tisku) používali stejné barevné kombinace a grafiku, kterými se prezentovaly strany i oficiálně. Pro občany pak často nebylo na první pohled lehké rozpoznat, jestli se jedná o parodii nebo oficiální billboard.

Postoje lidí k tak masivní negativní reklamě dokládá anketa týdeníku RESPEKT (2010). Na otázku: „Měla by se regulovat negativní kamapaň“, odpovědělo 57% respondentů „Ano, hlavně zakázat anonymní billboardy“.

### **3.3 POLITICKÁ PROPAGACE A REKLAMA**

Politická propagace je důležitou součástí každé marketingové strategie, která umožňuje politické straně a jejím členům komunikovat s voliči ve veřejném prostoru. V rámci předvolebního soutěžení stran může dobře zacílená a promyšlená prezentace přinést straně žádané hlasy voličů.

### 3.3.1 Techniky politické propagace

Jablonski a kol.(2002) uvádí tyto techniky politické propagace na základě klasické teorie marketingu označované jako promotion mix:

1) *reklamu* vizuální (denní tisk, brožury, bulletiny, letáky, plakáty, billboardy, vlajky a transparenty), audiovizuální (televizní vysílání), audio (rozhlasové vysílání), interaktivní (internet)

2) *přímý marketing* - katalog profilů politických kandidátů, dopisy voličům pomocí tradiční či elektronické pošty, aktivní internetové stránky stran a kandidátů

3) *propagaci* s prodeji či dárky (reklamními předměty), lidové slavnosti, koncerty za účasti politiků

4) *public relations a publicitu* s informacemi pro tisk, projevy, politické informace, dobročinné akce, sponzorství, identifikační prostředky (tribuny), stranické časopisy

5) *osobní prodej* - setkání s kandidáty, činnosti směřující k povzbuzení voliče (přímý rozhovor), lidové slavnosti, mítinky, sjezdy, konference

K dalším reklamním prostředkům, které rozlišují identitu strany nebo politického kandidáta a slouží jako forma politické komunikace, je hojně využíván a v politickém marketingu hraje téměř hlavní roli je slogan nebo heslo.

### 3.3.2 Využití hesel a sloganů ve volební kampani

Používání hesel a sloganů v kampani je již tradiční součástí předvolebního boje. Hesla jednotlivých politických stran jsou viditelná zejména na billboardech, předvolebních letáčích a plakátech, které zdobí téměř každé místo veřejného prostranství. V posledních letech je také populární mobilní reklama na dopravních prostředcích. V takovémto prostředí se i občan, který se o politiku nezajímá a aktivně nevyhledává informace o ní, dostává do kontaktu s politickými stranami prostřednictvím hesel a sloganů, které v krátkosti informují o cílech strany.

Podle Jablonského „představuje heslo charakteristický sugestivní a současně nejstručnější a systetický slovní obrat, jenž se zaměřuje na masového odběratele a působí na jeho emoce. Účinné heslo aktivuje představivost, vyznačuje se atraktivní, originální jazykovou formou, která usnadňuje jeho zapamatování. Úkolem tohoto reklamního prostředku je upoutat pozornost voličů a podsunout jim určité politické chování“ (Jablonsky, 2006: 128).

Political Encyclopedia (2011)<sup>7</sup> uvádí, „že slogan je krátká a zapamatovatelná fráze, která může zahrnovat nálepkování a stereotypizaci jako opakující se výraz nebo myšlenku. Nicméně je třeba podotknout, že je velký rozdíl mezi sloganem politické strany a reklamním sloganem, který slouží k propagaci produktu nebo služby. Zatímco reklamní slogan spojuje produkt nebo službu

---

<sup>7</sup> Political Encyclopedia. 2011. Dostupné z <http://www.politicalinformation.net/encyclopedia/propaganda.htm>

s nezapomenutelným identifikátorem, politický slogan shrnuje záměry nebo cíle strany, přičemž nejdůležitější je jeho účinnost".

De Pelsmacker, Geuens a Von Bergh (2004) nabízí řadu vlastností, které musí mít efektivní slogan.

- slogan by měl zahrnovat stranickou identitu a měl by odrážet dlouhodobou vizualizaci strategie strany.
- slogan musí být výrazný. Je nástrojem odlišnosti mezi stranou a jejími konkurenty, a to jí pomáhá vymezit se ve vztahu ke svým konkurentům.
- slogan by měl být relevantní pro cílovou skupinu.
- slogan by měl být nadčasový, ale modifikovatelný a schopný „sdělení“ ve všech důležitých médiích.

Matušková zmiňuje, že „k historicky nejúspěšnějším sloganům splňujícím požadavek síly, nadčasovosti, originality a emotivního přesahu patří slogan předvolební kampaně současného amerického prezidenta Baracka Obamy „*Yes, we can*“ („Ano, dokážeme to“), který ve své kampani hojně operoval také s pojmy *change* (změna) a *hope* (naděje)“ (Matušková, 2010: 97).

V rámci předvolební kampaně voleb do Poslanecké sněmovny se v inzerátech, ale hlavně na billboardech po celé České republice objevila spousta zajímavých hesel, více nebo méně zdařilých.

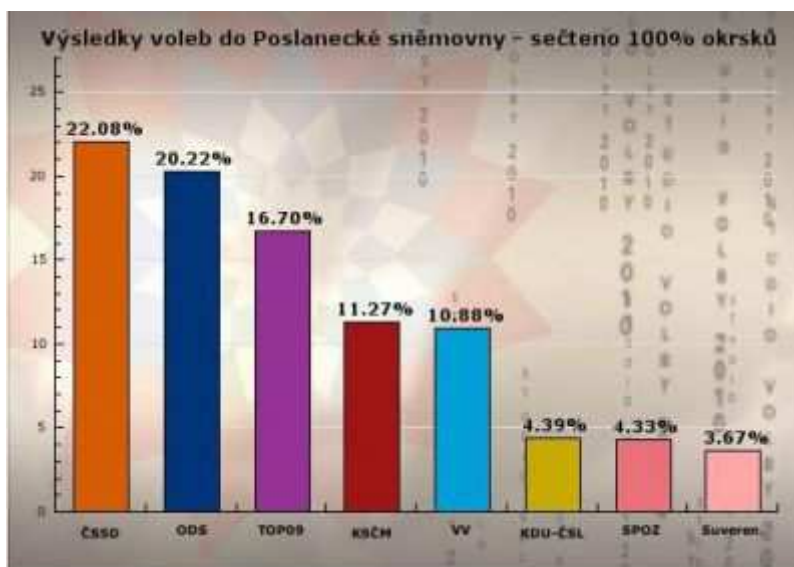
Po skončení kampaně uveřejnil deník MF Dnes hodnocení odborníků (mediálních expertů, psychologů, lingvistů). Jako nejlepší slogan byl zvolen slogan „*Když se kecají blbosti, tak spím*“ (TOP 09). Tento slogan se spícím předsedou strany Karlem Schwarzenbergem ocenili experti jako rafinovaný a i když nepřináší žádný slib a s politikou na první pohled

nesouvisí, rozhodně zaujal. Zejména tím, že prý šéf TOP 09 dokázal ze svého handicapu (usínání na schůzích) udělat téměř přednost a jednak vystihuje to, jak Schwarzenberg rafinovaně míchá noblesu a jadrnou lidovost, což veřejnost oslovuje (www.idnes.cz)<sup>8</sup>.

### 3.4 VOLEBNÍ KAMPAŇ VE VOLBÁCH DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY 2010

Poslední volby do Poslanecké sněmovny se konaly 27. a 28. května roku 2010. Volby přinesly překvapující výsledky, do Poslanecké sněmovny se dostaly a pětiprocentní hranici volitelnosti pokořily 2 nové politické strany a to TOP 09 a Věci Veřejné, přičemž 2 parlamentní strany (Křesťansko demokratická Unie-Československá strana lidová a Strana zelených) se do Poslanecké sněmovny nedostaly.

Graf.7 Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny 2010



Zdroj: [www.ct24.cz](http://www.ct24.cz)

<sup>8</sup> Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk/domaci.aspx?c=A100421\\_081144](http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk/domaci.aspx?c=A100421_081144)

Volební kampaň se vyznačovala novými metodami a technikami předvolebního boje stran. První prvky politického marketingu, marketingově orientovanou předvolební kampaň, ale také negativní kampaň můžeme vidět už v předchozích volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Tento trend začala v českém prostředí uplatňovat Česká strana sociálně demokratická (ČSSD). V loňských volbách však dravostí nezaostávaly ani ostatní politické strany, a tak volbám předcházela masivní předvolební kampaň.

Matušková tuto volební kampaň označuje jako „drahou, útočnou, agresivní, nekonečnou a předimenzovanou. Podle výzkumu Kampaň do PSP ČR 2010 bylo její plánované vyznění mnohem méně negativní, než se na první pohled mohlo zdát. Negativní kampaň a marketing používaly zejména ČSSD a ODS. V průběhu kampaně se útoky násobily ze strany sociální demokracie i směrem k TOP 09 a VV. Roli v kampani sehrály také občanské iniciativy a sociální politická hnutí. Celkově byla kampaň tematicky orientovaná, přičemž hlavními tématy se stalo veřejné zadlužování, korupce a zdravotní péče. Postupně se také snižovala ideologická vzdálenost mezi jednotlivými kandidujícími subjekty a programově si strany byly více podobné“ (Matušková 2010: 97).

Kampaně jednotlivých stran se vyznačovaly mnohem větší mírou profesionality a byly výrazně lépe zorganizovány.

V následujících částech práce se budu podrobněji věnovat předvolebním kampaním jednotlivých stran z hlediska využívání hesel a sloganů.



### 3.4.1 Volební kampaň ČSSD

Organizace volební kampaně a předvolební strategie ČSSD byla, tak jako již v roce 2006, produktem profesionální americké mediální a poradenské agentury. Její vliv byl v předvolebním boji patrný, projevoval se zejména útočným stylem vedení kampaně. ČSSD sázela na emoce. Hesly a slogany sdělovala konkrétní sliby a postoje tzv. „obyčejným lidem“ a stavěla se do pozice ochránce proti stranám, které by je mohly svou politikou ohrozit. V rámci negativní kampaně sdělovala občanům různé negativní prognózy, hlavně ekonomického charakteru, které se v podstatě naplní, pokud se k moci nedostane právě ČSSD.

Volební kampaň ČSSD byla nejnákladnější a zabrala nejvíce mediálního prostoru. „Polovina ze všech placených inzerátů politických stran v médiích patří ČSSD. Podle průzkumu politologů z brněnské Masarykovy univerzity si vůbec v celé letošní volební kampani dokázali sociální demokraté utrhnout nejvíce prostoru. Svě největší konkurenty, občanské demokraty, předčili nejen v počtu inzerátů, ale také toho nejvíc namluvili v televizních debatách“ ([www.tyden.cz](http://www.tyden.cz))<sup>9</sup>.

Většina billboardů ČSSD byla ve formátu vyobrazení politika plus programové prohlášení k tomu. Zejména v začátcích kampaně byl dominantním prvkem předseda strany Jiří Paroubek. K nejviditelnějším heslům patřila tato prohlášení:

*„Proti růstu cen energií“*

---

<sup>9</sup>Článek „Ve volební kampani si nejvíce prostoru utrhl ČSSD“. Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/ve-volebni-kampani-si-nejvic-prostoru-utrhl-cssd\\_169899.html](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/ve-volebni-kampani-si-nejvic-prostoru-utrhl-cssd_169899.html)

*„Bojuji za Vaše důchody“*  
*„Jistoty a prosperita“*  
*„Naplníme sny Vašich dětí“*  
*„Snížíme zadlužování ČR“*  
*„ČSSD pro 13. důchod ze zisků ČEZ“*  
*„Chceme bezplatné zdravotnictví“*  
*„Nedovolíme ohrožení zdraví lidí“*  
*„Snížíme zadlužování ČR na polovinu do roku 2013“*

### **3.4.2 Volební kampaň ODS**

Oficiální volební kampaň započala ODS přibližně 2 měsíce před volbami zveřejněním ekonomické části volebního programu. Volebním manažerem ODS byl zvolen místopředseda strany Ivan Langer. Se strategií kampaně pomáhala ODS i renomovaná dvojice amerických expertů na volební kampaně George Birnbaum a Arthur Finkelstein ([www.lidovky.cz](http://www.lidovky.cz))<sup>10</sup>.

ODS se v kampani prezentovala jako proreformní strana, která dokáže bojovat s následky ekonomické krize, ukončí prohlubování schodků veřejných rozpočtů a zamezí návratu komunistů k moci.

Ústřední heslo volební kampaně „Řešení, která pomáhají“ odkazovalo na volební program strany, který byl prostřednictvím volební kampaně veřejnosti představován postupně po jednotlivých tematických celcích. Dlouhou dobu zdobilo billboardy ODS jen toto sdělení. Až postupně ho občanští demokraté začali doplňovat. Např.: "Řešení: pracovní místa".

---

<sup>10</sup> Politická image až na kost. *Lidovky.cz* [online]. Dostupné z: <http://www.lidovky.cz/politicka-image-az-na-kost-09q>

Pokud by, podle odborníka na reklamu Jiřího Mikeše zůstalo jen u slova „Řešení“ (a dlouho to tak vypadalo), bylo by to pro stranu spíše minus. Tím, že "Řešení" sloužilo jen jako upoutávka a pak ho doplnily konkrétnější věty, nakonec svůj účel splnilo (www.idnes.cz).

Na bilboardech ODS se objevila tyto hesla:

*„Řešení ODS: proti dluhům“*

*„Řešení ODS: pracovní místa“*

*„Řešení ODS: nízké daně“*

*„Odpovědná řešení: Bez Vašeho hlasu to nepůjde“*

### **3.4.3 Volební kampaň TOP 09**

Nová politická strana TOP 09 odstartovala předvolební kampaň pouhý měsíc před volbami. Kampaň se vyznačovala originalitou a nápaditostí, což se později ukázalo jako dobrá strategie. Hlavní volební heslo „Tradice, odpovědnost, prosperita“ doplňovalo důraz na odmítání populistické politiky. TOP 09 v kampani zdůrazňovala zejména nutnost provedení klíčových reforem, snahu o dosažení vyrovnaných veřejných financí a apel na odpovědnost voličů, místo laciných slibů voličům.

Podle Balíka: „k oslovení potenciálních voličů využívala TOP 09 především značné popularity a důvěryhodnosti svého předsedy Karla Schwarzenberga. Ten se podle výzkumu veřejného mínění o důvěře k politikům umístil v květnu 2010 na 2. místě, přičemž mu věřilo 44% dotazovaných respondentů“ (Balík 2010: 110).

Osoba předsedy strany byla využita v mírně kontroverzním billboardu s mottem „Předseda má být transparentní“, na kterém byl rentgenový snímek kostry držící dýmku, která odkazovala k panu Schwarzenbergovi. Osoba předsedy strany tak byla jednotícím prvkem celé stranické propagace.

Na billboardech kampaně TOP 09 se objevila tato hesla:

*„Tradice, odpovědnost, prosperita“*

*„Víc, než si myslíte“*

*„Poctiví chtějí vládu práva, ne protekci“*

*„Uzdravíme politiku“*

*„Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly“*

*„Odpovědní chtějí práci, ne dávky“*

*„Odpovědní chtějí žít bez dluhů“*

#### **3.4.4 Volební kampaň KSČM**

Volební kampaň KSČM byla se srovnání s jinými politickými subjekty i ve srovnání s jejich vlastní kampaní v roce 2006 málo výrazná a akční.

Matušková uvádí, že „v roce 2006 strana využila služeb reklamní agentury, která pro ni připravila vizuální část kampaně. Komunisté vůbec poprvé využili ve velké míře plakáty a billboardy, které byly pozitivně hodnoceny pro jejich jasný a srozumitelný obsah a vysokou kvalitu grafického zpracování. KSČM zvolila 2 verze billboardů- černobílé negativní, které poukazují na problém, a barevné pozitivní, které nabízejí voličům řešení“ (Matušková, 2006: 80).

Kampaň v roce 2010 již tradičně sázela na voličské mítinky a kontaktní kampaň ve formě celodenních akcí.

Oproti roku 2006 však billboardová prezentace zanikala jak svou velikostí, tak nápaditostí.

Na billboardech KSČM se objevilo toto heslo:

*„Práce a sociální jistoty, požadavky které splníme“*

### 3.4.5 Volební kampaň VV

Podle Matuškové se „kampaň Věcí Veřejných, druhého nového subjektu na politické scéně opírala především o popularitu předsedy strany Radka Johna, který se při průzkumu veřejného mínění z května roku 2010 umístil na prvním místě jako nejdůvěryhodnější politik. Důvěru mu vyjádřilo 48% dotázaných respondentů. Je těžké prokázat, do jaké míry existuje přímá kauzalita mezi osobou Radka Johna<sup>11</sup> a volebním výsledkem Věcí Veřejných, nicméně strana vsadila na kombinaci silný lídr, líbivá politická témata, kritika současné politické situace a nové tváře“ (Matušková, 2010: 110).

Během kampaně Věcí Veřejné zdůrazňovaly potřebu výměny stávajícího politického establishmentu, což propagovaly svým hlavním předvolebním heslem „*Konec politických dinosaurů*“. Kampaň se tak zaměřovala především na občany znechucené politickou situací v zemi a nabízela volbu VV jako alternativu zavedených politických stran. „Změna“ se stala ústředním motivem celé kampaně spolu s bojem proti korupci a zneužívání moci.

---

<sup>11</sup> Populárního moderátora televizního pořadu „Na vlastní oči“, který bojoval za práva občanů

Věci veřejné se na billboardech prezentovaly vždy názorem dvou kandidátů, kteří se vyjadřovali k určitému tématu pomocí „komiksových bublin“ - např. Radek John říkal ANO sociální solidaritě, Kateřina Klasnová říkala NE korupci a zadlužování.

Na billboardech VV se objevila tato hesla:

*„Sociální solidarita- ANO, korupce a zadlužování - NE“*

*„Náš program jste VY.“*

## 4 SOCIÁLNÍ JISTOTY V PROGRAMECH POLITICKÝCH STRAN

V této kapitole budu porovnávat programové dokumenty politických stran, které strany v předvolebním období představily jako volební programy. Konkrétně se zaměřím na ty části programu, které pojednávají o sociálních jistotách.

### 4.1 PROGRAMY POLITICKÝCH STRAN

Programové dokumenty politických stran jsou nositeli důležitých informací o straně jako takové, o jejím směřování, základních hodnotách a názorech.

Podle Eibla plní několik základních funkcí: „Na prvním místě je bezesporu jejich funkce propagační. Cílem programu je oslovit voliče a informovat (nejen) o postojích k nejrůznějším tématům (která jsou významná buď pro stranu samotnou anebo pro významnou skupinu voličů) a prioritách, se kterými se strana pokouší ve volbách uspět. Stejně tak programy mohou informovat o dostupnosti „nového“ produktu (například ve smyslu nové politické strany). Dalšími funkcemi jsou bezesporu profilace a agitace. Profilací máme na mysli zejména viditelné a jednoznačné vymezení se od dalších politických stran, které se snaží oslovit voliče. Agitací potom rozumíme veškeré přípravy na konfrontaci s ostatními aktéry na volebním trhu. Poslední funkcí, která je míněna vně strany, je schopnost programu poskytovat jakousi operační bázi - ideologické „zázemí“, ze kterého je dále možné vést argumentaci při jakýchkoli

budoucích programových vyjednáváních" (Eibl, 2010: 69)<sup>12</sup>.

Olzog a Liese uvádějí, že „z formálního hlediska jsou v politologii rozeznávány čtyři druhy stranických programů:

1) *Základní programy*, které představují dlouhodobá stanoviska k nejdůležitějším problémům (především pokud se týkají vztahu společnosti, jednotlivce a státu) v dlouhodobém časovém horizontu.

2) *Akční programy*, které rozvíjejí v dlouhodobé, nebo střednědobé perspektivě konkrétní cíle a aktivity ze základních programů, většinou k určitým okruhům politiky (např. vzdělávání, energetické, daňové apod.)

3) *Volební programy* jsou většinou silně emocionálně formulovaná programová prohlášení stran, které se zúčastňují volebního boje. Zpravidla jsou omezeny na zvláště aktuální témata, u kterých strany věří, že s nimi nejlépe osloví voliče nebo témata, která mají zasáhnout politického protivníka.

4) *Vládní prohlášení*, ve kterých lze nalézt detailní znázornění politických úspěchů a cílů vládní strany (popř. vládní koalice). Vládní prohlášení se může týkat všech relevantních oblastí života. „Zásadní hodnoty“ zde v popředí nestojí, důraz je kladen na výklad politických

---

<sup>12</sup> Kaack (1998) ještě doplňuje funkci integrační (jako vodítko pro členy strany), funkci stimulační (stimuluje k jednání pro stranu), funkci mocenskou (program představuje mocenský instrument vedení strany) a nakonec funkci legitimační (legitimuje k jednání za stranu).



záměrů a opatření v omezené časové lhůtě" (Olzog a Liese in Mareš 2003: 58).

Prvotní funkcí volebních programů politických stran, kterými se budu zabývat v další části práce je tedy způsob, jak zaujmají voliče a profilují se v aktuální předvolební situaci, nikoliv jak jsou prezentovány názory strany na politickou realitu.

#### **4.1.1 Dimenze pravice x levice v programech politických stran**

Dahrendorf (1991) uvádí, že dimenzi levice x pravice lze považovat za významnou osu v hierarchii politických štěpení. Tato dimenze má zřetelný postojový a hodnotový obsah, je těsně asociována s postoji k sociální rovnosti a nerovnosti, má zřetelné vazby k otázkám sociální spravedlnosti, tržní distribuci a redistribuci, postavení na této dimenzi dobře predikuje postoj k odborům atd.

Matějů a Vlachová uvádí, že „v reálné politice tuto dimenzi ztělesňuje spor o daně, státní rozpočet (spor o spravedlivé rozdělení národního bohatství) a ekonomická (kvóty, dovozní přírážky, subvence) i mimoekonomická opatření (speciální právní ochrana) k zachování nebo eliminaci nerovností" (Matějů, Vlachová, 2000: 255).

Eibl se nicméně domnívá, že „po seznámení se s programovými dokumenty politických stran ve volbách do Poslanecké sněmovny 2010, můžeme dojít k zajímavému zjištění, že vzájemná ideologická vzdálenost stran

resp. vzdálenost na levoprávé ose není tak velká, jak by se mohlo zdát. Hned dvě strany (ČSSD a VV) jsou umístěny ve velmi těsné blízkosti pomyslného středu politického spektra. KSČM pak zaujímá pozici nalevo a ODS a TOP 09 se umísťují napravo od středu. Mohlo by se zdát, že pozice těchto tří stran jsou vzhledem k pozicím zbylých dvou až extrémní. Opak je však pravdou. Je nutné připomenout, že levoprává osa může nabývat teoretických hodnot -100 a 100. Všechny strany se pak pohybují na prostoru, který je vymezen 37 body, což je vzdálenost mezi oběma „krajními“ stranami (KSČM a ODS). Programy českých politických stran zdaleka nepokrývají možnosti, které jim index nabízí a lze je proto označit za „ideologicky umírněné“. Středové umístování, resp. vyvážené vyznění programů, je vcelku logické – strany se snaží vytvořit ideální mix politik a řešení, který by dokázal oslovit co největší počet voličů. A tak není výjimkou, že pravicové strany mohou ve svých programech zahrnovat politiky, které bývají tradičně označovány za levicové“ (Eibl, 2010: 83-84).

#### 4.2 VYMEZENÍ POJMU „SOCIÁLNÍ JISTOTY“

Před samotnou komparací je potřeba definovat obsah pojmu „sociální jistoty“. Pojem „sociální jistoty“ nebo „jistoty“ je v politickém prostředí často skloňovaným spojením, zejména v prostředí levicově orientovaných stran. Slovní spojení „sociální jistoty“ nebo „jistoty“ najdeme v programu KSČM („žádná tolerance k omezování sociálních jistot všech generací“) i ČSSD („jistoty pro lidi, naděje pro naši zemi“). Žádná z těchto stran však

dále nerozvádí a nevysvětluje, jaké konkrétní jistoty má na mysli.

Nejasné vymezení pojmu sociální jistoty ale můžeme najít také v různých výzkumech veřejného mínění. Např. v rámci analýzy dat IVVM: Odras společenských změn ve veřejném mínění 1990-1998 (Černý, Glasová, Rendlová, Rezková, Tuček, 1999: 50) autoři analyzují postoje a názory obyvatel na situaci ve společnosti, přičemž respondenti hodnotili také činnost vlády. V rámci zpracování výzkumu byla vytvořena tabulka hodnocených oblastí činnosti vlády v následujícím znění: životní prostředí, nezaměstnanost, životní úroveň, školství, ekonomická reforma, sociální jistoty, zemědělství, funkční legislativa, obecná kriminalita, bydlení a nájemné, organizovaný zločin, zdravotnictví, korupce, hospodářská kriminalita. Není však vůbec jasné o jakou činnost vlády v oblasti sociálních jistot se jedná, nevíme zda sociálními jistotami autoři nazývají sociální zabezpečení nebo něco jiného a co si pod pojmem sociální jistoty představovali samotní respondenti.

Velký sociologický slovník nabízí tuto definici sociálních jistot: „Tento výraz se používá v různých historicky a kulturně zbarvených modifikacích jako pojmenování požadavku zajištění, případně právního zakotvení základních materiálních potřeb občanů společností, resp. státem. V dalším případě jsou výsledkem určitého systému (sociálního zabezpečení). Pojem sociální jistota pochází z anglosaského jazykového okruhu, kde byl také v roce 1935 poprvé použit v zákoně („Social security act“). Požadavek sociálních jistot v zásadě vychází z toho, že k osudu člověka patří, že se bez vlastní viny může dostat do náročných situací,

vyžadujících sociální pomoc, a že společnost nese jistou zodpovědnost za životy všech svých členů. Podnět k vybudování systému sociálních jistot vzniká ze společenských a ekonomických změn, jako je zánik agrární společnosti a vznik společnosti industriální a přechod od třígenerační k dvougenerační rodině. Technicky přebírají sociální ochranu v nové společnosti velké pojišťovací společnosti. Využití principu pojištění pro prevenci standardních rizik (nemoc, invalidita, nezaměstnanost, úraz, stáří), spolu se sociálními prvky jako je pojišťovací povinnost, jsou výchozím bodem pro vybudování sociálního pojištění" (Velký sociologický slovník, 1996: 465-466).

Kromě zajištění základních materiálních potřeb občanů státem, jak sociální jistoty definuje Velký sociologický slovník, sociální jistoty znamenají daleko širší škálu jistot, než jenom jistoty zajištěné státem.

Z anketního šetření, které jsem uskutečnila v prostředí svých známých vyplynulo, že v lidech pojem sociální jistoty vyvolával také různé hmotné i nehmotné asociace. Za sociální jistotu považovali své děti (jistota, nebo spíš víra, že se o ně v nejhorším nebo ve stáří postarají), rodinu, okruh dobrých přátel, materiální zajištění (nemovitosti, rodinné šperky, akcie na burze) atd.

Výzkumem sociálních jistot a rozdílným postojem mladší a starší generace k nim, se ve své práci zabýval Přerovský (2011). Dotazníkovým šetřením mimo jiné zjišťoval, co považuje za sociální jistoty mladší generace a co starší generace. Výsledky u starší generace jsou následující: na prvních 4 místech se umístily: dostupná zdravotní péče 80%, podpora ve stáří

66,7%, vzdělání 60% a zaměstnání 46,7%. Pro účely diplomové práce budu v další podkapitole vycházet právě z tohoto výzkumu.

#### 4.3. KOMPARACE VOLEBNÍCH PROGRAMŮ V KONTEXTU SOCIÁLNÍCH JISTOT

Na základě výzkumu sociálních jistot Přerovského (2011) provedu komparaci volebního programu politických stran se zaměřením se na dostupnou zdravotní péči, podporu ve stáří, vzdělání a zaměstnání. Porovnávány budou programy Občansko-demokratické strany (ODS), TOP 09, Věcí Veřejných (VV), České strany sociálně demokratické (ČSSD) a Komunistické strany Čech a Moravy (KSČM). Tedy stran, které překročily 5% hranici volitelnosti do Poslanecké sněmovny. Při komparaci budu vycházet z následujících volebních programů, které strany zveřejnily na svých webových stránkách:

**ČSSD:** „Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi“<sup>13</sup>

**ODS:** „Řešení, která pomáhají“<sup>14</sup>

**TOP09:** „2010: Volební program (volby 2010 do Poslanecké sněmovny)“<sup>15</sup>

**KSČM:** „Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010“<sup>16</sup>

**VV:** „Politický program“<sup>17</sup>

---

<sup>13</sup> Dostupné z: [http://www.cssd.cz/soubory/kestazeni/volebni\\_program\\_velky.pdf](http://www.cssd.cz/soubory/kestazeni/volebni_program_velky.pdf)

<sup>14</sup> Dostupné z: <http://www.ods.cz/docs/programy/volebni-program2010.pdf>

<sup>15</sup> Dostupné z: <http://www.top09.cz/proc-nas-volit/volebni-program/volebni-program-2010/>

<sup>16</sup> Dostupné z: <http://www.kscm.cz/index.asp?thema=4393>

<sup>17</sup> Dostupné z: <http://www.veciverejne.cz/politicky-program.html>

Pro přehlednost celé komparace jsem jednotlivé oblasti sociálních jistot rozdělila do následujících kategorií, které vplynuly z programů v průběhu jejich porovnávání.

- 1) Dostupná zdravotní péče (kategorie: základní zdravotní péče, léková politika, poplatky ve zdravotnictví, zdravotní pojišťovny.
- 2) Podpora ve stáří (kategorie: služby pro seniory, bydlení seniorů, důchody, penzijní reforma)
- 3) Vzdělání (kategorie: obecná podpora vzdělání, školné)
- 4) Zaměstnání (kategorie: ochrana zaměstnanců, zaměstnanecké výhody, nová pracovní místa, podpora podnikání)

#### **4.3.1 Volební program ČSSD**

Volební program ČSSD s názvem „*Program změny a naděje*“ začíná příspěvkem tehdejšího předsedy strany Jiřího Paroubka. V úvodu Jiří Paroubek oslovuje spoluobčany a nastiňuje politiku ČSSD. Strana jde do voleb s jasným cílem: bojovat za práva obyčejných lidí a zabránit zničení vyspělého sociálního spravedlivého státu. Odmítá poplatky u lékaře a v lékárnách a vymezuje se tak vůči české pravici. Slibuje snižování zadlužování a podporu růstu ekonomiky. Značná část příspěvku je věnována kritice Topolánkovy a Kalouskovy vlády s tím, že se ČSSD pokusí napravit škody napáchané předešlou vládou. Program se dále člení na tyto části: ekonomika, podnikání, daně, právní stát, boj s kriminalitou, boj s korupcí, nové fondy, zaměstnanecká politika, zdravotnictví, důstojný život pro seniory, podpora rodin

s dětmi, sociální oblast, školství, zahraniční politika, kultura, neziskový sektor a sport (*Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi: 2010*).

#### 1) Dostupná zdravotní péče

ČSSD se ve svém programu zavazuje zrušit poplatky ve zdravotnictví, neprivatizovat nemocnice a zdravotní pojišťovny, garantovat maximální limit finanční spoluúčasti pacientů a garantovat zachování plně hrazených skupin léků. ČSSD navrhuje centrální lékovou politiku za účelem omezení lobbingu farmaceutických společností. Počítá se zachováním dostupné zdravotní péče hrazené z veřejného zdravotního pojištění a zachování vysokého standardu nezbytné lékařské péče pro všechny občany. ČSSD ve své předvolební kampani lákala voliče na heslo: „Chceme bezplatné zdravotnictví“, nicméně v programu strana připouští určitou formu spoluúčasti („Nejsme proti rozumné motivační spoluúčasti, chceme pouze zrušit její neefektivní formy“)(*Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi: 2010*).

**Tab.2 ČSSD a dostupná zdravotní péče**

<b>Základní zdravotní péče</b>	Zachování dostupné zdravotní péče hrazené z veřejného zdravotního pojištění pro všechny občany
<b>Léková politika</b>	Vytvoření centrálního lékového systému za účelem omezení lobbingu farmaceutických firem, minimálně 1 plně hrazený lék
<b>Poplatky ve zdravotnictví</b>	Proti poplatkům u lékaře, v lékárnách, žádá zrušení
<b>Zdravotní pojišťovny</b>	Proti privatizaci pojišťoven, dodržování principu neziskovosti zdravotních pojišťoven

## 2) Podpora ve stáří

Cílem ČSSD je dosažení demokratického sociálního státu, jenž na první místo svého zájmu staví kvalitní život všech svých občanů. ČSSD zdůrazňuje, že na hospodářskou krizi nesmějí dopláct sociálně potřební a ti, kteří ji nezpůsobili. Slibuje nárůst starobních důchodů, aby jejich reálná hodnota dosáhla alespoň 55 % čisté průměrné mzdy. Jako kompenzaci růstu životních nákladů slibuje seniorům jednorázové vyplacení tzv. 13. důchodu ve výši 2.400,- Kč, financovaného ze zisku společnosti ČEZ. Nabízí důchodovou reformu, jejíž hlavní parametry by byly výsledkem dohody parlamentních stran, zaměstnanců a zaměstnavatelů. Nepřipustí však tzv. opt-out systém povinného připojištění na úkor dnes realizovaného mechanismu průběžného financování penzí. Za nezbytné považuje zvyšování věku odchodu do starobního důchodu. Pro seniory plánuje vytvořit podmínky pro výstavbu integrovaných domů s malými byty



s pečovatelským a zdravotnickým zařízením a službami (*Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi*: 2010).

**Tab.3 ČSSD a podpora ve stáří**

<b>Služby pro seniory</b>	Vytvoření služeb v návaznosti na integrované domy
<b>Bydlení seniorů</b>	Vytvoření integrovaných domů s pečovatelským a zdravotnickým zařízením
<b>Penzijní reforma</b>	Vyvážená penzijní reforma jako výsledek dohody parlamentních stran, zaměstnanců a zaměstnavatelů
<b>Důchody</b>	Státem garantovaný důchod, jednorázové vyplacení tzv.13.důchodu

### 3) Vzdělání

Návrhy v oblasti školství a vzdělání shrnuje ČSSD v kapitole nesoucí název „Vzdělanostní společnost“. Trvá na zavedení povinné bezplatné docházky předškolních dětí v délce jednoho roku v mateřské škole či jiném předškolním zařízení. Plánuje zvýšit platy učitelů i nepedagogických pracovníků ve školství. Již na úrovni základních škol má být vymezen větší prostor pro výuku cizích jazyků a matematiky. Systém státních maturit plánuje spustit až po důkladné přípravě studentů i škol. Slibuje nezavádět školné na veřejných vysokých školách a navyšovat výdaje státního rozpočtu určené na vědu a výzkum (*Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi*": 2010).

**Tab.4 ČSSD a vzdělání**

<b>Obecná podpora vzdělání</b>	Větší prostor pro výuku cizích jazyků a matematiky, důkladná příprava na systém státních maturit, výhodné studentské půjčky
<b>Školné</b>	Proti zavádění školného na státních vysokých školách

#### 4) Zaměstnání

ČSSD považuje za prioritní řešit následky současné hospodářské krize, a to s cílem urychleného obnovení růstu české ekonomiky, který se sebou přinese udržení stávajících a tvorbu nových pracovních míst. Plánuje posílit význam partnerství a dialogu na úrovni tripartity. Slibuje vytvoření příznivějšího podnikatelského prostředí s ohledem na posilování konkurenceschopnosti obchodních společností. Standardní součástí legislativního procesu má být posouzení přijímaných legislativních změn na podnikatelské prostředí. Zavazuje se k zjednodušení daňové legislativy, přijetí nového zákona o daních z příjmů a snižování administrativní zátěže podnikatelů.

ČSSD slibuje v období krize záchranu a tvorbu nových pracovních míst, protože nezaměstnanost prohlubuje nároky na rozpočtové výdaje. Za podstatné považuje také stabilizaci klíčových podniků (*Program změny a naděje: Lepší budoucnost pro obyčejné lidi: 2010*).

**Tab.5 ČSSD a zaměstnání**

<b>Nová pracovní místa</b>	Podpora tvorby nových pracovních míst a záchrana stávajících
<b>Podpora podnikání</b>	Vytvoření příznivějšího podnikatelského prostředí, posilování konkurenceschopnosti obchodních společností, zjednodušení daňové legislativy a administrativní zátěže.

#### **4.3.2 Volební program ODS**

Volební program ODS „*Řešení, která pomáhají*“ se skládá z preambule, stručného vylíčení hlavních programových priorit a celkem sedmi tematických celků. ODS se zavazuje, že do budoucna nehodlá slevit ze svých požadavků na zdravé veřejné finance, odpovědnou a nezádluženou budoucnost, podporu podnikání, podporu rodin s dětmi a sociálně potřebných, zmenšování státního aparátu a byrokracie, nízkou míru zdanění, levný a bezpečný stát. Jako svůj hlavní cíl si vytyčuje zvládnutí dopadů ekonomické recese a dokončení reforem, se kterými započala v předcházejícím volebním období. Slibuje vyřešit dopady hospodářské krize, k čemuž má dopomoci ekonomická část programu, sestavená pomocí nestraničské skupiny ekonomických odborníků. Odmítá populistická řešení levice a vyzývá k započetí či dokončení klíčových reforem, především daňové, důchodové a zdravotnické. Zároveň zmiňuje i sociální rozměr své politiky (*Řešení, která pomáhají*: 2010).

## 1) Dostupná zdravotní péče

ODS se zavazuje k udržení a postupnému zvyšování kvalitativní úrovně zdravotnické péče, a to i přes její značnou finanční náročnost. Tohoto cíle má být dosaženo pomocí sociálně únosné reformy zdravotnického systému, ve které bude kladen hlavní důraz na zdraví pacientů, a která bude spolufinancována i únosnou mírou peněžní spoluúčasti samotných pacientů. ODS také plánuje transformovat fakultní nemocnice do podoby nemocnic univerzitního typu, které budou zachovány jako nemocnice veřejné a nedojde k jejich privatizaci. Zachová již dříve zavedené zdravotnické poplatky včetně limitu finanční spoluúčasti pacientů (*Řešení, která pomáhají: 2010*).

**Tab.6 ODS a zdravotní péče**

<b>Základní zdravotní péče</b>	Zavedení potřebných standardů zdravotní péče, které zajistí každému občanovi nárok na kvalitní péči plně hrazenou z povinného a solidárního pojištění
<b>Léková politika</b>	Program lékovou politiku neobsahuje
<b>Poplatky ve zdravotnictví</b>	Ano. Závazek odstranit chaos v poplatcích v důsledku porušování zákona ze strany krajů pod vedením ČSSD.
<b>Zdravotní pojišťovny</b>	Soutěž zdravotních pojišťoven o klienty

## 2) Podpora ve stáří

ODS prosazuje adresné rozdělování sociálních dávek, zjednodušení celého sociálního systému a směřování státní sociální podpory především rodinám s dětmi, seniorům a zdravotně postiženým. Upozorňuje na nutnost provedení změn důchodového systému a jeho celkové reformy. K zajištění budoucí důstojné úrovně starobních důchodů plánuje zvýšit podíl soukromých prostředků plynoucích do důchodového systému. Za vhodný doplněk k tzv. průběžnému financování důchodového systému považuje státem kontrolované a organizované důchodové spoření. Zavazuje se provádět pravidelnou valorizaci důchodů, pokud k tomu budou splněny zákonem stanovené podmínky. Hodlá zavést přispívání 1 % z důchodového pojištění na zvýšení příjmu rodičů přispívatelů v seniorském věku. Tím bude výrazně demonstrována mezigenerační solidarita v rodině a vazba mezi počtem řádně vychovaných dětí a příjmem v důchodu. Negativní vlivy spojené s prodlužující se délkou života obyvatel chce mírnit i pomocí daňového zvýhodnění občanů, pečujících o své příbuzné důchodového věku v domácím prostředí. Na úrovni obcí s rozšířenou působností vytvoří komunitní centra sociálně-zdravotní péče a systém komunitních geriatrických sester a lékařů. ODS také podporuje rozvoj stacionářů, terénních a ambulantních sociálních služeb (*Řešení, která pomáhají: 2010*).

**Tab.7 ODS a podpora ve stáří**

<b>Služby pro seniory</b>	Vytvoření komunitních center sociálně-zdravotní péče, rozvoj stacionářů, terénních a ambulantních sociálních služeb
<b>Bydlení seniorů</b>	Výstavba domů s pečovatelskou službou, podpora sociálního bydlení
<b>Penzijní reforma</b>	Dokončení důchodové reformy: Podpora penzijního připojištění a spoření, konkurence penzijních plánů a dobrovolný převod části důchodového pojištění do důchodových fondů
<b>Důchody</b>	Pravidelná valorizace důchodu, zavedení příspěvku 1 % z důchodového pojištění na zvýšení příjmu svým rodičům v seniorském věku

### 3) Vzdělání

ODS plánuje otevřít diskusi o rozsahu a podobě finanční spoluúčasti studentů vysokoškolského studia. V návaznosti nato navrhuje zavést výhodné studijní půjčky, umožňující studovat každému a splatné až po ukončení studia. Pokud půjčku za studenta zaplatí, byť jen částečně, zaměstnavatel, bude pro něj splacení daňově odečitatelné. ODS navrhuje daňové zvýhodnění zaměstnavatele přispívajícího na studijní spoření dětí svých zaměstnanců nebo na vzdělávání zaměstnanců, včetně rekvalifikací.

ODS podporuje rozšíření funkcí odborně zaměřených středních škol jako center celoživotního vzdělávání. Zdůrazňuje kvalitu studia a škol. Kvalitu maturitního studia chce zajistit podporou společné části maturitní zkoušky i jako kritéria podmiňujícího přijetí na vysokou

školu. Plánuje zavést systém hodnocení úspěšnosti škol a ponechat možnost přijímacích zkoušek na více středních škol. Důraz je kladen také na celoživotní vzdělávání. ODS chce každému umožnit získat kdykoli během života novou kvalifikaci (*Řešení, která pomáhají: 2010*).

**Tab.8 ODS a vzdělání**

<b>Obecná podpora vzdělání</b>	Větší prostor pro výuku angličtiny, výhodné studentské půjčky, daňově zvýhodnění zaměstnavatele přispívajícího na studijní spoření dětí, kvalita maturitního studia, podpora celoživotního vzdělávání
<b>Školné</b>	Pro zavádění školného na státních vysokých školách, otevření diskuze o rozsahu

#### 4) Zaměstnání

ODS prosazuje stabilizaci ekonomického prostředí a tím i podporu ekonomického růstu. Podporu podnikání, zejména živnostenského vidí ve snížení administrativního zatížení. Navrhuje jednoroční daňové prázdniny pro živnostníky, kteří vytvoří nové pracovní místo na dobu minimálně dvou let. Zavazuje se nezvyšovat daně a sociální odvody pro obchodní společnosti a živnostníky. Ústřední myšlenkou sociální politiky je podle ODS vytváření nových pracovních míst a důraz na udržení těch stávajících. ODS zastává názor, že pracovat, byť za nižší mzdu, musí být výhodnější než pouhé čerpání sociálních dávek. Slibuje podporu pro vytváření pracovních míst především v soukromém sektoru, který

chce k tomuto motivovat pomocí slev na sociálním pojištění v případě zaměstnání nezaměstnaného či absolventa na dobu neurčitou. Nezaměstnaným, kteří začnou podnikat jako živnostníci, slibuje souběžné vyplácení podpory v nezaměstnanosti (*Řešení, která pomáhají: 2010*).

**Tab.9 ODS a zaměstnání**

<b>Nová pracovní místa</b>	Podpora tvorby nových pracovních míst příslibem benefitů- jednorochní daňové prázdniny, slevy na sociálním pojištění, souběžné vyplácení podpory v nezaměstnanosti
<b>Podpora podnikání</b>	Podpora živnostenského podnikání, zjednodušení administrativní zátěže, daňové úlevy

#### **4.3.3 Volební program TOP 09**

Volební program předložila politická strana TOP 09 ve formě *Programového prohlášení na léta 2010 - 2014* z důvodu, že se chce ucházet o důvěru voličů tak, jak se vlády uchází o důvěru v Poslanecké sněmovně.

Hned v úvodu strana upozorňuje, že v případě povolebních vyjednávání bude nutné dělat kompromisy, ale zároveň se zavazuje, že nevstoupí do vlády, která nebude likvidovat deficit veřejných rozpočtů a razantně snižovat výdaje státu, nebude kultivovat podnikatelské prostředí, bude diskriminovat jakoukoliv skupinu občanů v jakékoliv oblasti života nebo bude upřednostňovat společnost rovné spotřeby před společností rovných



příležitostí. Program strany se skládá z preambule a dále se člení do jednotlivých kapitol, přičemž dominantní je první kapitola - hospodářská politika. Následuje zahraniční politika, sociální politika, reforma důchodového systému jako samostatná kapitola, zdravotnictví, boj s kriminalitou a korupcí, justice, financování obcí, samospráva a prvky přímé demokracie, vzdělání, věda a výzkum, životní prostředí, kulturní politika a média (*Programové prohlášení na léta 2010 - 2014: 2010*).

#### 1) Dostupná zdravotní péče

TOP 09 hned v úvodu oznamuje, že v oblasti systému poskytování zdravotní péče jsou změny nevyhnutelné a strana nebude odkládat řešení problémů ani slibovat nesplnitelné. Očekává také zvýšení odpovědnosti občana za jeho zdraví. Zavazuje se iniciovat takové změny legislativy, které postupně zabezpečí soustavné zlepšování dostupnosti kvalitní zdravotní péče hrazené z veřejného zdravotního pojištění pro každého občana bez rozdílu. V rámci zdravotního pojištění strana vítá soutěž mezi jednotlivými zdravotními pojišťovnami pod dohledem nezávislého úřadu pro dohled nad poskytováním zdravotní péče. Podle Top 09 je nutné nově definovat pravidla spoluúčasti na úhradě zdravotní péče. Nárůst nebude skokový, ale postupný. Bude stanoven roční limit maximální spoluúčasti občanů. Mimořádný důraz bude kladen na péči o matky a děti, zdravotně postižené, dlouhodobě nemocné a seniory. V oblasti lékové politiky chce TOP 09 prosadit změny, které povedou k vyšší transparentnosti určování úhrad a spoluúčasti pacientů a ochrání je před spekulativním chováním firem (*Programové prohlášení na léta 2010 - 2014: 2010*).

**Tab.10 TOP 09 a dostupná zdravotní péče**

<b>Základní zdravotní péče</b>	Kvalitní zdravotní péče hrazená z veřejného zdravotního pojištění pro každého občana bez rozdílu.
<b>Léková politika</b>	Změny vedoucí k vyšší transparentnosti určování úhrad a spoluúčasti pacientů
<b>Poplatky ve zdravotnictví</b>	Ano. Definování nových pravidel spoluúčasti na úhradě (roční limit maximální spoluúčasti)
<b>Zdravotní pojišťovny</b>	Férová soutěž zdravotních pojišťoven pod dohledem úřadu pro dohled nad poskytováním zdravotní péče

## 2) Podpora ve stáří

Podle TOP 09 seniorský věk není nemocí ani důvodem k izolaci a životní pasivitě. Strana bude usilovat o vytvoření podmínek pro plnohodnotný život seniorů. Důležitým nástrojem v tomto úsilí budou vládou podporované neziskové organizace. Rodinná péče o seniory a osoby se zdravotním postižením a odpovědnost nejbližších příbuzných bude v těchto případech upřednostňována.

Zvláštní pozornost je věnována potřebě dlouhodobé sociálně zdravotní péče, která musí reagovat na demografické změny v populaci a na možnosti občanů, kteří jsou vystaveni dilematu zajištění péče o blízké a zároveň požadavku na vlastní ekonomickou aktivitu.

Za naprosto do budoucna neudržitelné považují lidé z TOP 09 financování důchodů pouze formou dnešního průběžného financování. TOP 09 prosazuje reformu vedoucí k vícesložkovému financování, v němž dnešní systém průběžného financování formou povinného důchodového

pojištění doplní složka kapitalizační. Touto složkou bude stanovena povinnost přispívat si na svůj účet alespoň určité minimální procento příjmů. Tyto dvě složky budou u starobních důchodců majících ekonomicky aktivní potomky doplněny o částku ve výši 2 % z důchodového pojištění těchto potomků. Půjde tak o jakýsi bonus za děti (*Programové prohlášení na léta 2010 - 2014: 2010*).

**Tab.11 TOP 09 a podpora ve stáří**

<b>Služby pro seniory</b>	Podpora a spolupráce s neziskovým sektorem v poskytování různých služeb seniorům.
<b>Bydlení seniorů</b>	Podpora rodinné péče o seniory
<b>Penzijní reforma</b>	Reforma vedoucí k vícesložkovému financování, v němž dnešní systém průběžného financování doplní složka kapitalizační.
<b>Důchody</b>	Garance stávajícího důchodového systému, Valorizace důchodu (kromě roku 2011)

### 3) Vzdělání

TOP 09 ve svém programu nabízí plnou podporu vědě, výzkumu i obecnému vzdělávání, přičemž tyto hodnoty považuje za určující pro budoucí konkurenceschopnost státu. Navrhuje rozdělení vysokých škol na ty, které jsou úzce navázány na vědu, výzkum a vývoj a další, zaměřené na praktickou uplatnitelnost svých absolventů. Financování nákladů vysokoškolského vzdělávání má napomáhat nově zavedený systém stipendií a studentských půjček. Motivaci vysokoškolských studentů by mělo nově

zvyšovat zavedení školního (*Programové prohlášení na léta 2010 - 2014: 2010*).

**Tab.12 TOP 09 a vzdělávání**

<b>Obecná podpora vzdělání</b>	Plnou podpora vědě, výzkumu i obecného vzdělávání jako klíčových hodnot v budoucnosti
<b>Školné</b>	Ano. Návrh systému stipendií a studentských půjček

#### 4) Zaměstnání

TOP 09 ve svém programu uvádí, že zdrojem hospodářského růstu může být pouze lidská tvořivost a soukromé podnikání. Úlohou státu je nastavení podmínek, které budou soukromý sektor motivovat k dalšímu rozvoji. Cílem podnikatele je hledání tržních příležitostí a uspokojování potřeb spotřebitelů, to vše v rámci nastavených pravidel, a to zákonných i etických norem. V rámci šetření a efektivity výdajů, TOP 09 plánuje snížit objem mezd vyplácených ze státní pokladny o 10 % a tento nenavyšovat po tři roky s výjimkou pedagogických pracovníků a pracovníků ve zdravotnictví. Stejně tak plánuje snížit platy ústavních činitelů o 10 % a zdaňovat jejich paušální náhrady. Podpora v nezaměstnanosti nebude dle TOP 09 vyplácena těm, kdo se neúčastní rekvalifikace či se odmítnou podílet na veřejně prospěšné službě. Dále těm, kdo sami ukončí pracovní poměr výpovědí, dohodou nebo obdrží odstupné. Snížení nezaměstnanosti má napomoci také zpružnění zákoníku práce (*Programové prohlášení na léta 2010 - 2014: 2010*).

Tab.13 TOP 09 a zaměstnání

<b>Nová pracovní místa</b>	Top 09 se ve svém programu o nových pracovních místech nezmiňuje.
<b>Podpora podnikání</b>	Nastavení podmínek pro motivaci v dalším rozvoji ukotvené zákonnými i etickými normami.

#### 4.3.4 Volební program KSČM

Politický program KSČM „*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010*“ je ze všech programů nejstručnější. Program začíná úvodem, kde strana prohlašuje politiku pravicových stran a jejich reformní návrhy za protilidové a asociální. KSČM za své hlavní programové priority označuje socialismus, ekonomiku s klíčovou rolí společenského vlastnictví a dále politicky a hospodářsky pluralitní demokratickou společnost svobodných a rovnoprávných občanů, přičemž vyzdvihují vzájemnou solidaritu a důstojnost (*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010: 2010*).

##### 1) Dostupná zdravotní péče

KSČM požaduje zcela zrušit tzv. regulační zdravotnické poplatky a nezvyšovat spoluúčast pacientů, odstranit rozdíly v doplatcích na léky tak, aby byly finančně dostupné pro občany, zvyšovat platby státu za státní pojištěnce. KSČM trvá na obnově sítě neziskových

zdravotnických zařízení (včetně nemocnic), která nebudou působit na základě tržních principů, k zajištění dostupnosti kvalitní zdravotní péče občanů. Strana souhlasí s vytvořením jedné veřejné zdravotní pojišťovny pod důslednou státní kontrolou. KSČM také obhajuje myšlenku nesnižovat odvody na zdravotní, důchodové a nemocenské pojištění a státní politiku zaměstnanosti a zcela zrušit jeho zastropování pro lidi s vysokými příjmy (*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010: 2010*).

**Tab.14 KSČM a dostupná zdravotní péče**

<b>Základní zdravotní péče</b>	Zajištění dostupné zdravotní péče pro všechny občany
<b>Léková politika</b>	Odstranění rozdílů v doplatcích na léky tak, aby byly finančně dostupné pro občany
<b>Poplatky ve zdravotnictví</b>	Návrh zrušit tzv. regulační zdravotnické poplatky a nezvyšovat spoluúčast pacientů
<b>Zdravotní pojišťovny</b>	Návrh vytvoření jedné veřejné, zdravotní pojišťovny pod důslednou státní kontrolou.

## 2) Podpora ve stáří

KSČM se zavazuje zablokovat hranici pro odchod do starobního důchodu na 63 letech a u žen níže podle počtu dětí, přijmout koncepci minimálního důchodu s minimální úrovní postupně zvýšenou na 10.000,- Kč. Požaduje zachování průběžného, státem garantovaného důchodu jako

základu důchodového systému. KSČM odmítá pokusy o privatizaci důchodového pojištění, penzijní připojištění chce umožnit nadále na dobrovolném základě s možným příspěvkem zaměstnavatele. Požaduje pravidelnou valorizaci důchodů v závislosti na růstu životních nákladů domácností důchodců, inflace a vývoje mezd a platů (*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010: 2010*).

**Tab.15 KSČM a podpora ve stáří**

<b>Služby pro seniory</b>	Zajištění služeb v rámci domovů a zařízení pro seniory, asistenční služby pro seniory a hendikepované osoby.
<b>Bydlení seniorů</b>	Podpora výstavby domovů a zařízení pro seniory, včetně stacionářů pro seniory vyžadující celodenní péči a dohled, zachování současných sociálních zařízení pro seniory
<b>Penzijní reforma</b>	zachování průběžného, státem garantovaného důchodu jako základu důchodového systému
<b>Důchody</b>	Pravidelná valorizace důchodu v závislosti na růstu životních nákladů domácností důchodců, inflace a vývoje mezd a platů.

### 3) Vzdělání

V rámci vzdělání slibuje KSČM zachovat veřejné školství financované z veřejných zdrojů jako převažující základ vzdělávací soustavy na všech stupních. Strana odmítá školné v jakékoliv podobě. Plánuje vytvářet podmínky pro rozvoj učňovského a středního odborného školství, pro praxi související s oborem, přiměřenou mzdu v průběhu praxe a postih diskriminace nebo zneužívání učňů jako levné pracovní síly.

KSČM podporuje zapojení odborů a zaměstnavatele do plánování kapacit, počtu studentů a financování vysokého a odborného školství. Podporuje zavedení státního prospěchového stipendia pro studenty VŠ se studijním průměrem do 1,5 ve výši 5000 Kč měsíčně. Podporuje zvýšení dotací na ubytování a stravování vysokoškolských studentů, zvýšení počtu státem dotovaných kolejí a ubytoven a levných stravovacích kapacit. Strana také nabízí jednání o zajištění evropského vysokoškolského prostoru, který by uznával na celoevropské úrovni studijní programy a diplomy českých vysokých škol (*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010: 2010*).

**Tab.16 KSČM a vzdělání**

<b>Obecná podpora vzdělání</b>	Zachování veřejného školství financovaného z veřejných zdrojů, vytváření podmínek pro rozvoj učňovského a středního odborného školství.
<b>Školné</b>	Proti školnému, naopak návrh na zavedení prospěchového stipendia, zvýšení dotací na ubytování a stravování pro studenty.



#### 4) Zaměstnání

KSČM slibuje vytvoření minimálně 100 tisíc nových pracovních míst, udržení současné míry ochrany zaměstnanců, zákaz výpovědi bez udání důvodů a odsouhlasení odborů. Dále pak hodlá poskytovat podporu v nezaměstnanosti po dobu dvanácti měsíců, postupné navyšování minimální mzdy na úroveň 14.000,- Kč, zrovnoprávnění odměňování žen a mužů a podporu podnikům zaměstnávajícím zdravotně postižené a absolventy škol. KSČM prosazuje zavedení zákonného nároku na první zaměstnání pro absolventy škol. Navrhuje stimulovat zaměstnavatele, aby byli ochotni zaměstnávat rodiče s dětmi do 10 let a stimulovat zaměstnavatele k uzavírání kratších úvazků u rodičů s dětmi, zejména samoživitelů, v případě, že o ně mají zájem (*Otevřený volební program KSČM pro volby do Poslanecké sněmovny 2010: 2010*).

**Tab.17 KSČM a zaměstnání**

<b>Nová pracovní místa</b>	Vytvoření minimálně 100 tisíc nových pracovních míst, zákonného nároku na první zaměstnání pro absolventy škol
<b>Podpora podnikání</b>	Podporu malému a střednímu podnikání; rovný přístup firem k informacím; zjednodušení přístupu k úvěrům a investičním pobídkám. Zvýšit ochranu malých a středních podniků před nekalými praktikami velkých korporací

#### 4.3.5 Volební program VV

Volební program strany Věci Veřejné je rozdělen na několik částí. V abecedním pořadí začíná oblastí bezpečnosti, pokračuje dopravou, ekonomikou, energetikou, kulturou, protikorupčními opatřeními, rodinnou a bytovou politikou, sociální politikou, školstvím a sportem, justicí, zahraniční politikou, zdravotnictvím, zemědělstvím a životním prostředím. VV se charakterizují jako strana přímé demokracie, která hodlá do politiky více zapojovat samotné občany, od čehož si slibují lepší politickou kulturu v zemi i zvýšení důvěry veřejnosti v politiky a samotnou politiku (*Politický program*: 2010).

##### 1) Dostupná zdravotní péče

Hlavním bodem zdravotnického programu strany je definice základní zdravotní péče a vymezení pojmů standard a nadstandard. VV slibují, že zajistí, aby úhradu základní zdravotní péče zprostředkovávala jediná státní pojišťovna, efektivně hospodařící pod ministerstvem zdravotnictví, kde kritériem bude kvalita odvedené péče, ne její množství. Nadstandardní zdravotní pojištění bude otázkou volné soutěže mezi službami a nabídkami jednotlivých pojišťoven v této oblasti. Strana dále navrhuje zrušení poplatku za položku na recept. Po definování základní zdravotní péče chce zrušit celý stávající systém regulačních poplatků. Do té doby však chce zachovat poplatky ve zdravotnictví jako prostředek regulace čerpání péče ze zdravotního pojištění. V oblasti lékové politiky strana požaduje stanovení minimálně jednoho plně hrazeného léku. Lékař

bude povinen o tomto léku pacienta informovat (*Politický program: 2010*).

**Tab.18 VV a dostupná zdravotní péče**

<b>Základní zdravotní péče</b>	Definice základní zdravotní péče a vymezení pojmů standard a nadstandard
<b>Léková politika</b>	Stanovení minimálně jednoho plně hrazeného léku. Povinnost lékaře o tomto léku pacienta informovat
<b>Poplatky ve zdravotnictví</b>	Zrušení poplatku za položku na recept. Po definování základní zdravotní péče zrušení celého stávajícího systému regulačních poplatků. Do té doby zachování poplatky ve zdravotnictví
<b>Zdravotní pojišťovny</b>	Jediná státní pojišťovna, efektivně hospodařící pod Ministerstvem zdravotnictví

## 2) Podpora ve stáří

Strana požaduje vytvoření komplexního systému péče o seniory, reflektujícího současný demografický vývoj. Odpovědnost za tento systém by měly nést ve vzájemné součinnosti především jednotlivé obce, kraje, ale také ministerstvo zdravotnictví a ministerstvo práce a sociálních věcí. Podporuje rozvoj pečovatelských a asistenčních služeb, denních stacionářů a úzkou provázanost zdravotních a sociálních služeb v této oblasti. Chce zajistit, aby léčebny dlouhodobě nemocných (LDN) a domovy s pečovatelskou službou byly pro seniory dostupné v místě jejich bydliště a podporuje PPP (public private partnership) projekty při poskytování

gerontologické péče. Prosazuje rozvoj multifunkčních domů pro seniory, poskytujících zdravotní a sociální péči a částečně řešících problém nedostatku míst v LDN. Dostatek finančních prostředků ve stáří má zajistit reforma důchodového systému, která počítá s třemi složkami financování. Konkrétně ze stávajícího systému průběžného financování z odváděného sociálního pojištění, doplněného o spoření 4 % z odvodů sociálního pojištění na soukromý penzijní účet vedený ve státním penzijním fondu a soukromé penzijní připojištění u komerčních institucí (*Politický program: 2010*).

**Tab.19 VV a podpora ve stáří**

<b>Služby pro seniory</b>	Rozvoj pečovatelských a asistenčních služeb, a úzká provázanost zdravotních a sociálních služeb v této oblasti
<b>Bydlení seniorů</b>	Rozvoj multifunkčních domů pro seniory, poskytujících zdravotní a sociální péči, Zajištění dostupnosti léčebny dlouhodobě nemocných a domovů s pečovatelskou službou pro seniory v místě jejich bydliště
<b>Penzijní reforma</b>	3 složkový systém financování důchodů: stávající systém průběžného financování, spoření 4 % z odvodů sociálního pojištění, soukromé penzijní připojištění
<b>Důchody</b>	Zastavení výplaty důchodů pracujícím důchodcům, jejichž mzda je vyšší než dvojnásobek průměrné mzdy

### 3)Vzdělání

Oblast vzdělání považují VV za naprosto zásadní pro rozvoj demokratické společnosti. Zavazují se věnovat 2

mld. korun na posílení financování VŠ a vědy i výzkumu. Dále prosazují nástupní platové minimum pro učitele na VŠ ve výši 25 tisíc korun. V otázce školného navrhují tzv. odložené školné na VŠ – absolvent ho bude platit zpětně, pokud bude po absolvování VŠ pobírat vyšší plat než je průměrná mzda. Na technických fakultách se bude platit zpětně jen 50 % školného. Pokud student překročí délku studia (od započatého 8. roku studia), bude školné platit ihned (*Politický program: 2010*).

**Tab.20 VV a vzdělání**

<b>Obecná podpora vzdělání</b>	Investice 2 mld. korun na posílení financování VŠ a vědy a výzkumu, platové minimum pro učitele VŠ.
<b>Školné</b>	Ano. Návrh tzv. odloženého školného se splatností po absolvování studia

#### 4) Zaměstnání

Cílem VV v této oblasti je snížení počtu nezaměstnaných a částečné uvolnění trhu práce za účelem lepší tvorby nových pracovních míst. Pružnější pracovní trh je výhodný jak pro zaměstnance, po kterých stoupá poptávka, tak i pro zaměstnavatele, kteří mohou přijímat zaměstnance bez obav z budoucích vysokých nákladů při poklesu poptávky. Strana také deklaruje podporu podnikání formou zvýšení pružnosti trhu práce včetně zavedení pracovního poměru na dobu určitou bez omezení, zavedení jednoho správního místa, kde budou vyřízeny veškeré náležitosti nutné ke vzniku obchodních společností. Tím bude usnadněn vstup na trh novým podnikatelům, bude dosaženo vyššího konkurenčního

prostředí, vyšší zaměstnanosti. VV podporují práci na částečný úvazek a sdílení pracovních míst, které umožní zaměstnavatelům zaměstnávat ty zaměstnance, kteří by jinak na plný úvazek zaměstnat nemohli. Pozornost je věnována také zaměstnávání rizikových skupin (zdravotně postižení, absolventi vysokých škol, lidé v předdůchodovém věku a dlouhodobě nezaměstnaní) (*Politický program*: 2010).

**Tab.21 VV a zaměstnání**

<b>Nová pracovní místa</b>	Tvorba pracovních míst prostřednictvím uvolnění trhu práce, podpora práce na částečný úvazek a sdílení pracovních míst
<b>Podpora podnikání</b>	Podpora podnikání formou zvýšení pružnosti trhu práce včetně zavedení pracovního poměru na dobu určitou bez omezení, zavedení jednoho správního místa, kde budou vyřízeny veškeré náležitosti nutné ke vzniku obchodních společností

#### 4.4. SHRNU TÍ

Na závěr této kapitoly nabízím 4 přehledové tabulky porovnávací deklarované programové návrhy stran v programu. V tabulkách je vidět řada společných prvků a názorů (např. v otázkách podpory vzdělání nebo zajištění základní zdravotní péče pro všechny občany). V zásadních oblastech však vidíme rozdílné směřování jednotlivých stran. Levicové strany ČSSD a KSČM vystupují proti poplatkům ve zdravotnictví, proti školnému a staví se za zachování průběžného systému důchodového pojištění. Oproti tomu, pravicové strany TOP 09 a ODS se reformním

úsilím snaží zavést systém finanční spoluúčasti pacienta na zdravotní péči, chtějí diskutovat o výši školného a návrhy více složkového důchodového systému. Strana VV vyšla z komparace nerozhodně, v zásadních bodech jako důchodová reforma, penzijní reforma se přiklání k TOP 09 a ODS, její program však obsahuje několik bodů, kterými se přibližuje KSČM nebo ČSSD (např. prosazování jedné zdravotní pojišťovny, nebo alespoň jednoho plně hrazeného léku v rámci lékové politiky).

**Tab.22 Porovnání stran v oblasti dostupné zdravotní péče**

<b>Dostupná zdr.péče</b>	<b>Základní zdr.péče</b>	<b>Léková politika</b>	<b>Poplatky</b>	<b>Zdravotní pojišťovny</b>
<b>ČSSD</b>	Zákl.péče z povinného pojištění pro každého	1x plně hrazený lék	Ne	Více neziskových zdravotních pojišťoven
<b>ODS</b>	Zákl.péče z povinného pojištění pro každého	-----	Ano	Soutěž zdravotních pojišťoven
<b>TOP 09</b>	Zákl.péče z povinného pojištění pro každého	Cenová soutěž léků	Ano	Soutěž zdravotních pojišťoven
<b>KSČM</b>	Zákl.péče z povinného pojištění pro každého	Finančně dostupné léky	Ne	1 zdravotní pojišťovna
<b>VV</b>	Základní zdr.péče pro každého	1x plněhrazený lék	Zatím Ano	1 zdravotní pojišťovna

Z tabulky porovnání programů politických stran v oblasti dostupné zdravotní péče vyplývá, že všechny strany se shodují na základní zdravotní péči hrazené z veřejného pojištění pro každého občana, v lékové politice prosazují ČSSD a VV shodně 1 plně hrazený lék,

přičemž TOP 09 preferuje volnou soutěž léků a farmaceutických společností. KSČM pouze požaduje finanční dostupnost léků a ODS se k této problematice ve svém programu nevyjadřuje. ČSSD a KSČM jsou proti poplatkům ve zdravotnictví, TOP 09 a ODS počítají s finanční spoluúčastí pacientů a VV s poplatky souhlasí, ale pouze do zavedení jimi navrhovaného systému rozdělení péče na standard a nadstandard.

**Tab.23. Porovnání stran v oblasti podpory ve stáří**

<b>Podpora ve stáří</b>	<b>Služby pro seniory</b>	<b>Bydlení</b>	<b>Penzijní reforma</b>	<b>Důchody</b>
<b>ČSSD</b>	Služby v návaznosti na integrované domy	Integrované domy pro seniory	Vyvážená reforma, dohoda parlamentních stran, zaměstnanců a zaměstnavatelů	Státní garance, 13. Důchod
<b>ODS</b>	Terénní, ambulantní služby	Domy s pečovatelskou službou	Vícesložkové financování	Valorizace, příspěvek 1% z penz. Připojištění
<b>TOP 09</b>	Služby ve spolupráci s neziskovým sektorem	Podpora rodinné péče o seniory	Vícesložkové financování	Valorizace kromě 2010
<b>KSČM</b>	Asistenční služby, služby v rámci domovů pro seniory	Domovy pro seniory	Zachování průběžného systému	Valorizace
<b>VV</b>	Asistenční služby, pečovatelské služby	Multifunkční domy, domy s pečovatelskou službou	Vícesložkové financování	-----

Z tabulky porovnání programů politických stran v oblasti podpory ve stáří vyplývá, že žádná ze stran ve svém programu nezapomíná na služby pro seniory (většinou strany zmiňují asistenční služby, služby v rámci domovů



pro seniory, nebo terénní a ambulantní služby. V otázce bydlení pro seniory ČSSD, ODS, KSČM a VV shodně navrhují integrované, multifunkční domovy, TOP 09 podporuje rodinnou péči. V otázce penzijní reformy KSČM podporuje zachování průběžného systému, podobně jako ČSSD, ta navíc požaduje shodu parlamentních stran, zaměstnanců a zaměstnavatelů. ODS, TOP 09 a VV navrhují vícesložkové systémy financování.

**Tab.24 Porovnání stran v oblasti vzdělání**

Vzdělání	Obecná podpora vzdělání	Školné
<b>ČSSD</b>	Podpora výuky jazyků, systém státních maturit	Ne
<b>ODS</b>	Podpora výuky jazyků, celoživotní vzdělávání	Ano
<b>TOP 09</b>	Podpora vědy a výzkumu	Ano
<b>KSČM</b>	Zachování veřejného školství, rozvoj učňovského a středního odborného vzdělání	Ne
<b>VV</b>	Podpora vědy, výzkumu, podpora vysokého školství	Ano

Z tabulky porovnání programů politických stran v oblasti vzdělání vyplývá, že všechny strany podporují vzdělanost, vědu a výzkum. ČSSD a ODS zdůrazňují výuku cizích jazyků, KSČM se zasazuje za rozvoj učňovského a středního odborného vzdělání. KSČM spolu s ČSSD ostře kritizují placení školného, zatímco ODS, TOP 09 a VV placené školné podporují a zároveň navrhují různé systémy studentských půjček a stipendií.

Tab.25 Porovnání stran v oblasti zaměstnání

Zaměstnání	Nová pracovní místa	Podpora podnikání
<b>ČSSD</b>	Podpora vzniku nových míst, záchrana stávajících	Zajištění příznivého podnikatelského prostředí, zjednodušení administrativní zátěže a daňové legislativy,
<b>ODS</b>	Podpora vzniku nových míst s příslibem benefitů	Podpora živnostenského podnikání, zjednodušení administrativní zátěže, daňové úlevy
<b>TOP 09</b>	Top 09 se ve svém programu o pracovních místech nezmiňuje	Nastavení podmínek pro motivaci k dalšímu rozvoji
<b>KSČM</b>	Vytvoření 100 tis.míst, zákonný nárok na 1.zaměstnání pro absolventy škol	Podpora a ochrana malých a středních podnikatelů, zjednodušený přístup k úvěrům
<b>VV</b>	Podpora vzniku nových míst, podpora 1/2 úvazku a sdílených pracovních míst	Podpora podnikatelského prostředí

Z tabulky porovnání programů politických stran v oblasti zaměstnání vyplývá, že každá strana (kromě TOP 09) slibuje vytvoření pracovních míst. KSČM je nejkonkrétnější, slibuje vytvoření sta tisíc nových míst. Ostatní strany spíše představují strategii jak toho dosáhnout. ODS příslibem benefitů podnikatelům, VV podporou vzniku sdílených pracovních míst a půl úvazky. V oblasti podpory podnikání navrhuje ČSSD a ODS odstranění administrativní zátěže a daňové úlevy. KSČM se zaměřuje na podporu a ochranu malých a středních podnikatelů.

## II EMPIRICKÁ ČÁST

### 5 VÝZKUMNÉ ŠETŘENÍ

#### 5.1 Cíl výzkumného šetření

Cílem mého výzkumného šetření bylo zjistit, co si myslí senioři o heslech o sociálních jistotách, které použily strany v předvolební kampani, jestli jsou pro ně přesvědčivá a ovlivní je při volební rozhodování. Dílčím cílem bylo také zjistit, koho senioři volili a čím je tato politická strana oslovila.

Na začátku výzkumného šetření bylo stanoveno 5 hypotéz, které šetření potvrdí, nebo vyvrátí.

#### 5.2 Stanovení hypotéz

- 1) *Staří lidé ve volbách neexperimentují, ale volí stabilně jimi ověřené strany.*
- 2) *Více než tři čtvrtiny respondentů se voleb do Poslanecké sněmovny v květnu roku 2010 zúčastnily.*
- 3) *Staré lidi spíše osloví hesla, ve kterých mohou spatřovat výhody pro svou věkovou skupinu.*
- 4) *Staré lidi spíše neosloví hesla, která se jich bezprostředně netýkají (například: práce a vzdělání)*
- 5) *Staré lidi spíše osloví jasně formulována hesla, než obecné, nekonkrétní formulace.*

#### 5.3 Výzkumná metoda

Pro výzkumné šetření a potvrzení nebo vyvrácení hypotéz byl použit kvalitativní výzkum, jako metoda pro sběr dat byl zvolen strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami.

Hendl uvádí, že „strukturovaný rozhovor s otevřenými otázkami sestává z řady pečlivě formulovaných otázek, na něž mají jednotlivý respondenti odpovědět. Pružnost sondování v kontextu situace je omezenější, než v jiných typech rozhovorů. Základním účelem je co nejvíce minimalizovat efekt tazatele na kvalitu rozhovoru. Relativní nevýhoda spočívá v restrikci na předem daná témata“ (Hendl, 2005: 173).

Před samotným šetřením byl proveden předvýzkum. Disman definuje předvýzkum „jako test nástrojů, které hodláme ve výzkumu použít, a které jsme pro výzkum zkonstruovali“ (Disman, 2006: 122).

Byly provedeny 3 zkušební rozhovory se seniory, zaměřené na prověření struktury otázek, případně jejich korekci. Výsledkem byla změna pořadí otázek, kdy demografické a identifikační otázky byly umístěny na začátek. I když Hendl uvádí, že „tyto otázky se kladou buď nenápadně během hovoru, nebo se rozhovor s nimi zakončí, ale nikdy se jimi rozhovor nezačíná“ (Hendl 2005: 169), v tomto případě, pro tuto cílovou skupinu respondentů a k citlivému tématu voleb se toto umístění ukázalo jako vhodné. (Při úvodních otázkách na rodinný stav, vzdělání nebo setkávání s dalšími seniory došlo k uvolnění atmosféry, kdy se senioři rozpovídali, a tak byl přechod na osobní otázky typu: „Koho jste volil/a v minulých volbách?“ pro respondenty příjemnější.)

Finální verze rozhovoru (viz příloha) obsahuje 7 uzavřených a 6 otevřených otázek. Po těchto otázkách následuje část s hesly o sociálních jistotách, kdy bylo respondentům předloženo 8 kartiček s jednotlivými hesly

a respondenti byli ke každému heslu tázáni ještě dvěma otázkami („Co si o tomto heslu myslíte?“ a „Je pro Vás přesvědčivé?“). Nakonec bylo úkolem respondentů vybrat jedno nejpřesvědčivější a jedno nejméně přesvědčivé heslo.

Respondentům byly předloženy následující hesla:

- 1) „Chceme bezplatné zdravotnictví“
- 2) „Práce a sociální jistoty-požadavky, které splníme“
- 3) „Řešení: pracovní místa“
- 4) „Sociální solidarita- ANO. Korupce a zadlužování- NE“
- 5) „Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly“
- 6) „Jsme pro 13.důchod ze zisku ČEZ“
- 7) „Jistoty a prosperita“
- 8) „Jsme pro důstojné stáří“

Výběr hesel do výzkumného šetření nijak nesouvisel s politickými stranami, které je používaly v předvolební kampani. Cílem výzkumu bylo zjistit, jak seniory oslovují hesla samotná, ne v souvislosti s politickými stranami. V rámci výběru konkrétního hesla bylo kritériem vybrat alespoň jedno z kategorie (dostupná zdravotní péče, podpora ve stáří, vzdělání a zaměstnání), které dle výzkumu Přerovského (2010) považují senioři za sociální jistoty.

Každý rozhovor trval cca. 25-35 minut v závislosti na respondentovi. Před každým rozhovorem byl respondent ústně obeznámen o účelu výzkumného šetření a využití dat pouze na studijní účely a o zachování anonymity. Rozhovory probíhaly s každým účastníkem individuálně a o samotě. Odpovědi byly zaznamenávány na záznamový arch, který byl posléze očíslován.

## 5.4 Respondenti

Kritériem pro výběr do výzkumného šetření byl věk respondenta nad 60 let, bydliště v Chomutově a aktivita seniora. Aktivní senior byl pro účely výzkumného šetření definován jako senior, který se schází s dalšími seniory a účastní se různých společných aktivit alespoň jednou za čtrnáct dní.

Výzkumného šetření se zúčastnilo 36 seniorů. Z hlediska věku byla nejpočetnější věková skupina 60-65 let s 41,67 %.

**Tab. 26 Respondenti podle věku**

Věk	N	%
60-65	15	41,67
66-70	10	27,77
71-75	6	16,67
76-80	5	13,89
Celkem	36	100

N= četnost absolutní

%= četnost relativní

Výzkumného šetření se účastnilo 23 žen a 13 mužů

**Tab. 27 Rozdělení respondenta podle pohlaví**

Pohlaví	N	%
Žena	23	63,89
Muž	13	36,11
Celkem	36	100

Z pohledu rodinného stavu, bylo 18 respondentů ženatých/vdaných, 12 respondentů rozvedených a 6 bylo vdov/vdovců.

**Tab. 28 Rozdělení podle rodinného stavu**

Rodinný stav	N	%
Svobodný/á	0	0
Ženatý/Vdaná	18	50,00
Rozvedený/á	12	33,33
Vdova/Vdovec	6	16,67
Celkem	36	100

Nejpočetnější skupinu z hlediska vzdělanostní struktury tvořili respondenti vyučení 47,22%, dále středoškolsky vzdělaní 38,89% a nakonec 4 respondenti se základním vzděláním a 1 vysokoškolák

**Tab. 29 Rozdělení respondentů podle vzdělání**

Nejvyšší dosažené vzdělání	N	%
Základní	4	11,11
Vyučen/a	17	47,22
Vyučen s maturitou	0	0
Středoškolské	14	38,89
Vysokoškolské	1	2,78
Celkem	36	100

### 5.5 Omezení výzkumu

Jsem si vědoma, že výsledky nelze zobecňovat a výběr respondentů není reprezentativní.

Jsem si také vědoma specifík města Chomutova. Obyvatelé města nejsou starousedlíci, přestěhovali se do něj většinou kvůli práci v těžbařském průmyslu, patří do regionu s největší nezaměstnaností. Chomutov je znám také bývalou starostkou za ODS a jejími kontroverzními

praktikami s neplatiči. Toto všechno jsou faktory, které ovlivňují výsledky šetření.

Jistá omezení představují také otázky k volební účasti ve volbách v roce 2010 a výběr strany, přičemž obecně platí, jak potvrzuje Linek (2010), čím později po volbách dotazování probíhá, tím nepřesnější jsou informace.

### 5.6 Analýza získaných dat

Všichni respondenti (100%) shodně uvedli, že se setkávají s dalšími seniory. Nejčastěji se seniory setkávají 2-3x týdně, následují setkání 1x týdně a 1x 14 dní. 5 seniorů se schází s ostatními každý den.

Tab. 30 Frekvence setkávání s dalšími seniory

Frekvence setkávání s dalšími seniory	N	%
1x do měsíce	0	0,00
1x 14 dní	9	25,00
1x týdně	10	27,78
2-3x týdně	12	33,33
Jiná možnost (každý den)	5	13,89
Celkem	36	100

Na otázku „**Jakých setkání se účastníte?**“, seniory odpověděli, že se nejčastěji setkávají s kamarády a sousedy (15 seniorů), dále spolu jezdí na akce a výlety (9 seniorů), setkávají se v Klubu důchodců (9 seniorů), chodí spolu do Turistického oddílu (6 seniorů), zahrádce se věnuje 6 seniorů, setkáním na kuželkách 3 seniory a 2



senioři pomáhají jako dobrovolníci v neziskové organizaci.

**Otázka č. 8: Zúčastnil/a jste se v květnu roku 2010 voleb do Poslanecké sněmovny?**

Až 91,67% respondentů se voleb do Poslanecké sněmovny účastnilo, 8,33% se neúčastnilo.

**Tab. 31 Účast ve volbách do Poslanecké sněmovny 2010**

Volební účast	N	%
Ano	33	91,67
Ne	3	8,33
Celkem	36	100

**Otázka č. 9: Pokud ano, kterou politickou stranu jste volil/a?**

Ve volbách do Poslanecké sněmovny volilo 36,12% respondentů ČSSD, na druhém místě skončili VV s 25%, dále KSČM s 11,12%, ODS s 8,33%, TOP 09 s 8,33% a Strana Zelených s 2,77%

**Tab. 32 Volební preference ve volbách do Poslanecké sněmovny 2010**

Volební preference	N	%
KSČM	4	11,12
ČSSD	13	36,12
VV	9	25,00
ODS	3	8,33
TOP 09	3	8,33
SZ	1	2,77
Volební neúčast	3	8,33
Celkem	36	100

**Otázka č. 10: Čím Vás oslovila strana, kterou jste volil/a?**

Jednotlivým odpovědím byly přiřazeny kódy a bylo vytvořeno 6 kategorií. Z uvedeného vyplývá, že až čtvrtinu respondentů, 25% oslovila **atraktivita vůdčího představitele strany** („věřila jsem Radku Johnovi-jeho osobnosti“, „Schwarzenberg - ten nemusí krást“, „Johna jsem považovala za solidního“, „kvůli Paroubkovi-myslel jsem že bude dobrý, byl za lidi“), 22,22% respondentů volbu charakterizovalo jako **tradičně stabilní**, („za komunistů bylo líp, volím je pořád“, „mám takové sociální cítění od malička - táta i děda volili levici“, „volím je pořád, věřím jim víc než jiným stranám) 19,45% se rozhodlo kvůli **prosociální orientaci strany** („zdají se mi ze všech nejbližší lidem“, „víc sociální směr, jdou do toho pomaleji než ODS“, „lépe mi sedí, větší pochopení pro staré lidi“), 13,89% respondentů **nebylo spokojených a toužili po změně** („chtěli jsme něco nového, změnu, neměli aféry“, „nová strana-myslel jsem, že by to mohlo vyjít), 8,33% oslovil **program strany** („oslovil mě jejich sociální program“), a 2,78% stranu volilo kvůli **dodržování politické linie** („dodržují pravicovou politiku“).

**Otázka č. 11: Volil/a jste tuto stranu i v minulých volbách?**

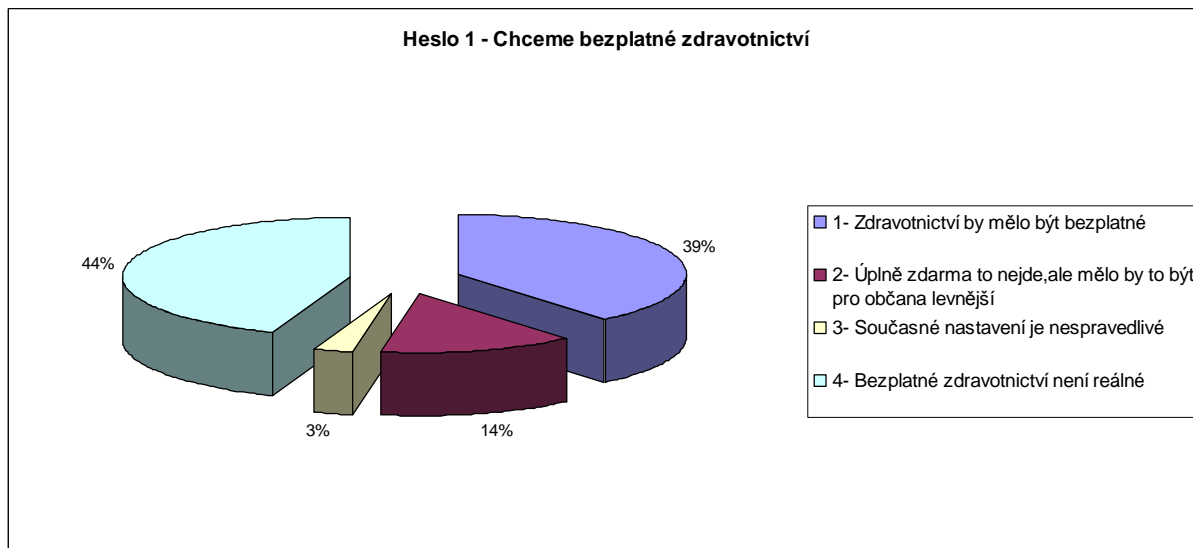
55,55% respondentů odpovědělo **kladně**, volbu **změnilo** 36,11%. Z respondentů, kteří volbu změnili, volilo v minulých volbách 38,56% ODS, 30,77% ČSSD, 23,08% Stranu zelených a 7,69% KSČM. Z uvedeného vyplývá, že

téměř 70% respondentů, kteří se rozhodli ke změně strany, byli v minulých volbách voliči dvou nejsilnějších stran ČSSD nebo ODS.

#### **HESLO č.1: CHCEME BEZPLATNÉ ZDRAVOTNICTVÍ**

44,45% respondentů si myslí, že **„bezplatné zdravotnictví není reálné“** („bezplatné nebylo ani za první republiky a nikdy nebude“, „nesouhlasím, něco se platit musí, nic není zadarmo“, „bezplatné není nic, co nezaplatím já, zaplatí někdo jiný“, „vždyt' podle ústavy bezplatné je, všude ve světě se platí, aby bylo bezplatné musíme si na to vydělat“), 38,89 % se domnívá, že **„zdravotnictví by mělo být bezplatné“**(„jsem starý člověk, senioři by měli mít zdravotnictví bezplatné“, „zažili jsme bezplatné zdravotnictví, stát od nás dostal dost peněz, lidé na to mají právo“, „léta jsme dělali, platili daně a teď musíme platit ještě víc“), 13,89% si myslí, že **„úplně zdarma to nejde, ale mělo by to být pro občana levnější“** („bezplatné už nikdy nebude, s platbou v nemocnici souhlasím, ale za recept ne“, „je logické, že úplně zdarma to nejde, ale mohlo by být levnější, „bezplatně by to nešlo, ale ne aby nás odírali“) a 2,77% se domnívá, že **„současné nastavení není spravedlivé“**(„dlouhá léta jsem pracoval, teď musím všechno platit“).

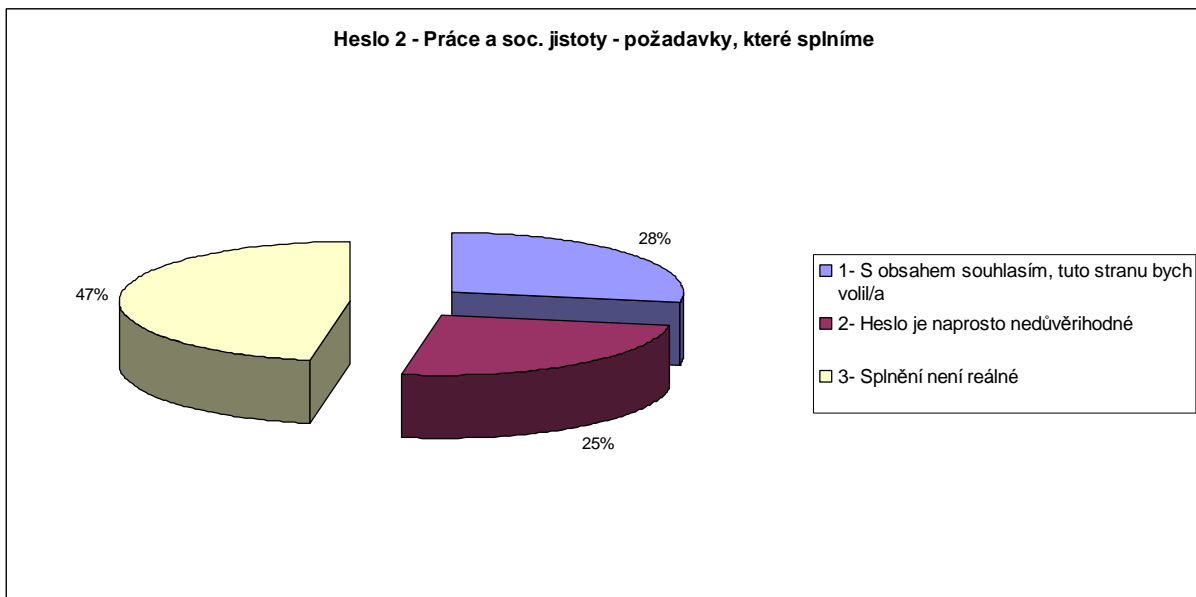
Graf. 7 Chceme bezplatné zdravotnictví



## HESLO č. 2: PRÁCE A SOCIÁLNÍ JISTOTY, POŽADAVKY, KTERÉ SPLNÍME

47,22% si myslí, že „splnění není reálné“ („to nesplní žádná strana, nevěřím“, „to bývalo dřív za totality, práce byla povinná, ale teď ne“, „není to reálné, doba kdy práce byla pro každého už není“, „práce povinná není, to nemůžou splnit, sociální jistoty tady mají akorát nemakačenkové“), 27,78% s heslem „souhlasí a tuto stranu by volil/a“ („to se mi líbí, obsah dobrý, volil bych“, „ hezký heslo, to bych volil“, „to bych si přál, to bych bral“), a 25% se domnívá, že „heslo je naprosto nedůvěryhodné“ („to jsou jen laciný sliby“, „takhle natvrdo mně to nepřesvědčí“, „je to strohé, k ničemu“).

Graf. 8 Práce a sociální jistoty-požadavky, které splníme

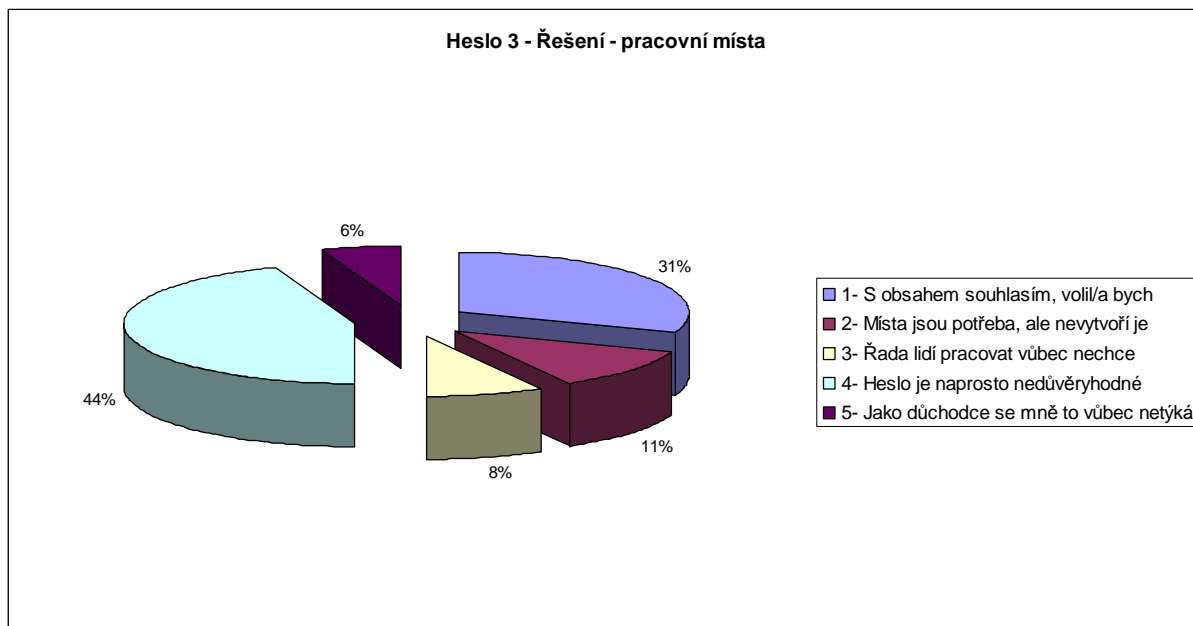


### HESLO č. 3 ŘEŠENÍ: PRACOVNÍ MÍSTA

44,44% si myslí, že **heslo je naprosto nedůvěryhodné** („nevěřím, že je vytvoří, jak to může vyřešit strana?“, „nevěřím, to by musel být jiný systém, nesměli by být soukromníci a vyhazovat lidi“, „ Jak konkrétně? To jsou jen sliby. Kde budou pracovat, když nejsou továrny?“), 30,55% **s obsahem souhlasí, volil/a bych** („ano, bylo by to dobré pro mladé lidi“, „to je aktuální a je moc možností jak to řešit“), 13,88% říká „**jako důchodce se mne to vůbec netýká**“ („já se tím nezabývám, netýká se mne to“, „jako důchodce se mne to netýká a mladí nemají zájem“), 11,11% **si myslí, že místa jsou potřeba, ale nevytvoří je** („pracovní místa nejsou, nevytvoří je, nevěřím“, „byla by potřeba, ale nezařídí to“, „nevěřím, je těžké vytvořit pracovní místa“) a 8,33% si myslí, že **řada lidí vůbec pracovat nechce** („pracovní místa nejsou,

ale lidé také nechtějí pracovat", „práce je dost, musí se chtít dělat", „jedna strana nic nedosáhne, tento národ je líný, vyhovuje jim, že nedělají").

Graf. 9 Řešení pracovní místa

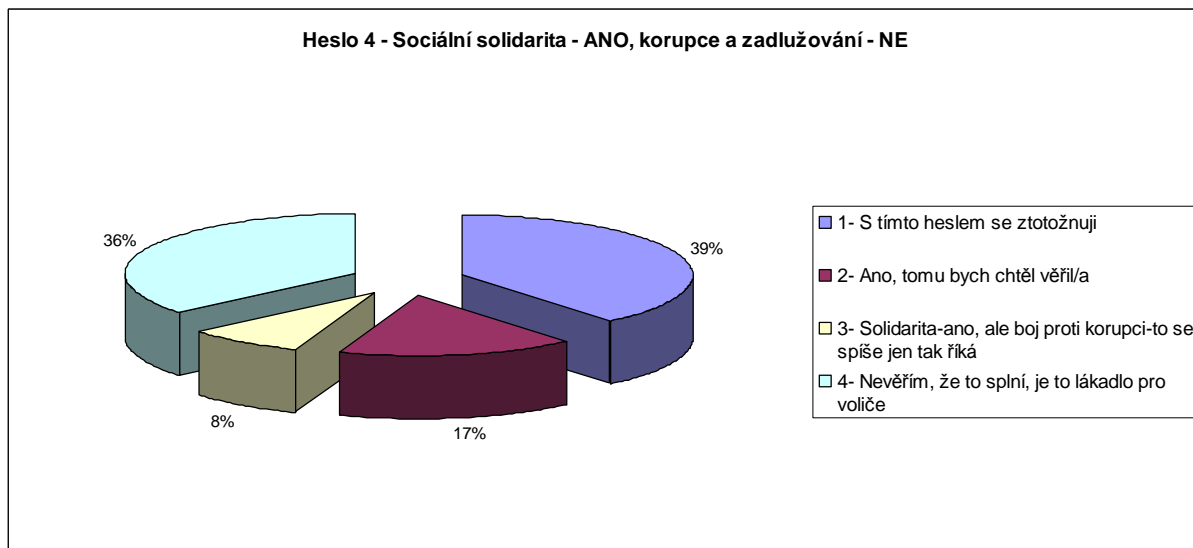


#### HESLO č. 4: SOCIÁLNÍ SOLIDARITA ANO, KORUPCE A ZADLUŽOVÁNÍ NE

38,88% respondentů se **s tímto heslem ztotožňuje** („Ano, pro to bych byla, aby se zamezilo korupci“, „určitě je důležitá solidarita a bojovat s korupcí taky“, „to by mělo platit, hlavně ohledně korupce a zadlužování), 36,11% **nevěřím, že to splní, je to lákadlo pro voliče** („zadlužujeme se čím dál, tím víc, nevěřím tomu“, „to je populistické heslo, nevěřím“, „o tom se píše už 20 let, a 2 generace lidí jsou na korupci zvyklí, jen tak se to nezmění“), 16,6% říká **ano, tomu bych chtěl/a věřit** („ano, pokud by to vyšlo, tak jo. Korupci nesnáším“, „ano, to bychom si přáli všichni“) a 8,33% si myslí **solidarita-ano, ale korupce - to se spíš jen tak říká** („s půlkou hesla možná souhlasím, ale korupce se jen tak

nevymýtí", „solidarita ano, ale korupce je všude-  
nevěřím").

Graf. 10 Sociální solidarita- ANO, korupce a zadlužování NE

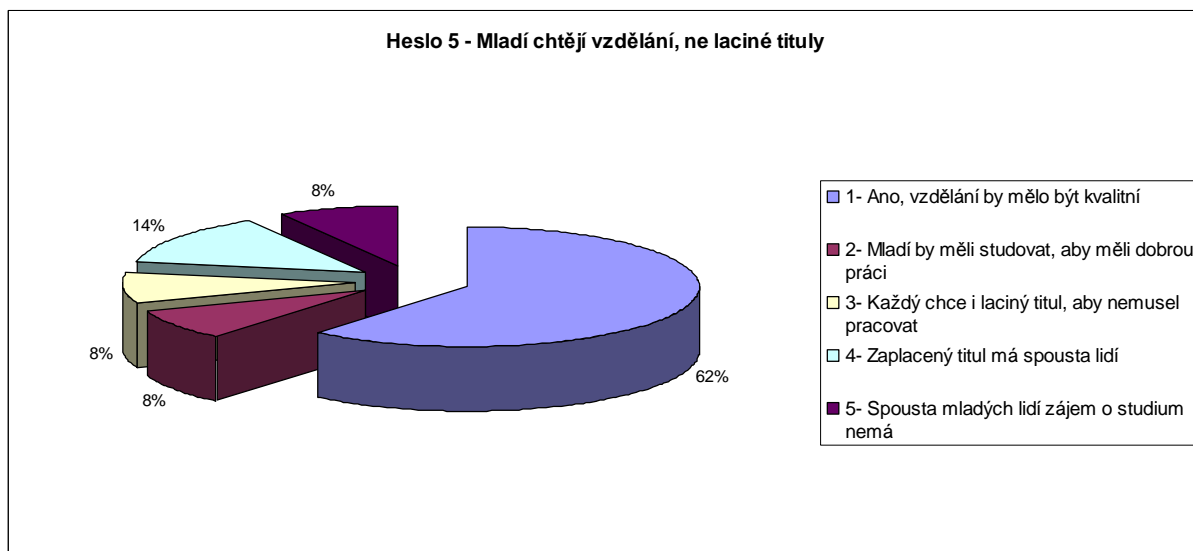


#### HESLO č. 5: MLADÍ CHTĚJÍ VZDĚLÁNÍ, NE LACINÉ TITULY.

61,12% se domnívá, **ano, vzdělání by mělo být kvalitní** („kvalitní vzdělání podporuji“, „mladí by měli mít možnost a přístup ke vzdělání, „osloví mne to, kvalitní školy a kantoři jsou zapotřebí“), 13,89% si myslí, že **zaplacený titul má spousta lidí** („když jde o peníze, tak si ten titul zaplatí“, „laciné tituly jsou k ničemu, i když jich má spousta lidí“), a shodně 8,34% respondentů si myslí, že **mladí by měli studovat, aby měli dobrou práci**(„mladí jsou na tom lépe, než jsme byli my, měli by studovat“, „vzdělání je důležité pro budoucnost mladých“), **každý chce i laciný titul, aby nemusel pracovat**(„mladí by se měli i vyučit, chybí řemeslníci, každý chce jen tituly, i když laciný“, „každý chce titul, aby nemusel pracovat, je to populismus“) a

**spousta mladých lidí zájem o studium nemá** („nevím možná ani nechtějí vzdělání, mladým někdy nerozumím“, „jsem bývalý kantor, mladí to mají složité, mnohý se ani nechtějí vzdělávat“).

**Graf. 11 Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly**



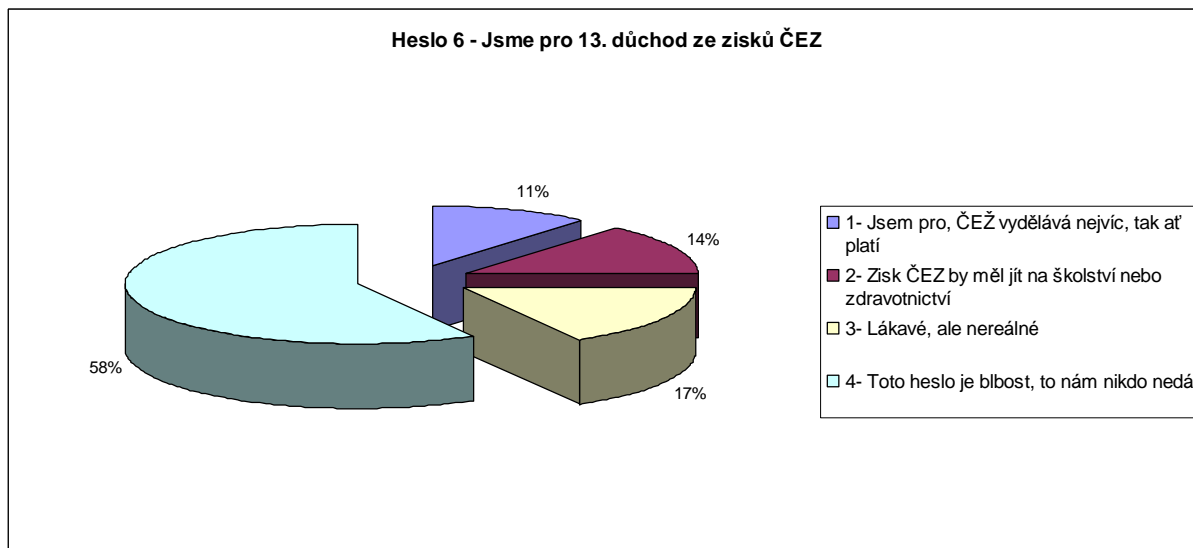
#### **HESLO č. 6: JSME PRO 13. DŮCHOD ZE ZISKU ČEZ**

58,3% respondentů si myslí, že **toto heslo je blbost, to nám nikdo nedá** („nevěřím, je to jen líbivé heslo, naslibovali toho moc“, „je to blud, budeme rádi, když nám dají těch dvanáct“, „nevěřím, ČEZ by si nenechal odsypat“), 16,67% si myslí, že toto heslo je **lákavé ale nereálné** („je to populismus, není to možné“, „je to lákavé, ale laciné“, „chtěli bychom, ale nedají nám to“), 13,89% se domnívá, že **zisk ČEZu by měl jít na školství nebo zdravotnictví** („nevěřím to jsou laciné předvolební sliby, peníze by raději měli jít na zdravotnictví“, „zisk bych využil jinak“, „laciný heslo, ty peníze se dají dát jinam, třeba na vzdělání“) a 11,11% říká **jsem pro, ČEZ vydělává nejvíc, tak ať platí**



(„to bych brala, volila bych je“, „ČEZ má takový majetek, tak ať platí“).

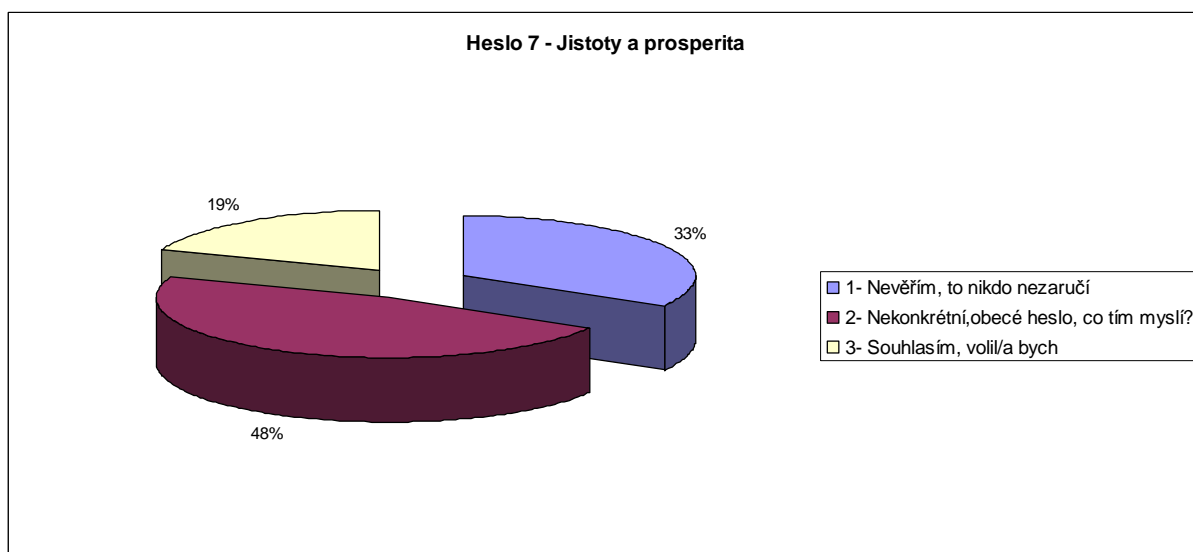
Graf. 13 Jsme pro 13.důchod ze zisku ČEZ



#### HESLO č. 7: JISTOTY A PROSPERITA.

47,22% respondentů se ptá: **nekonkrétní obecné heslo, co tím myslí?**(„ obecné heslo nic mi to neříká“, „bylo by to hezký, ale co tím myslí?, „moc ideální, obecná charakteristika, ale co tím myslí“), 33,33% říká: **nevěřím, to nikdo nezaručí** („tolik stran už to mělo, nevěřím“, „jistotu nezaručí nikdo, nevěřím tomu“), 19,45% **souhlasí, volilo by** („to bych brala, volila bych je“, „je to uklidňující heslo, mělo by to tak být“, „myšlenka dobrá, ale těžko splnitelná“).

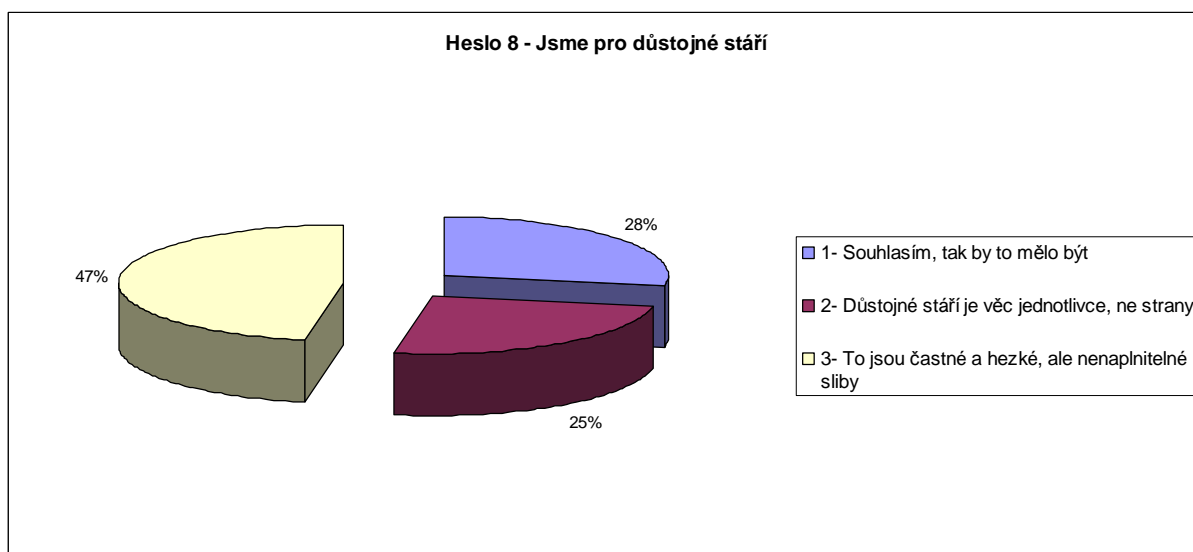
Graf. 14 Jistoty a prosperita



#### HESLO č. 8: JSME PRO DŮSTOJNÉ STÁŘÍ.

75% všech respondentů **souhlasí, tak by to mělo být** („důstojné stáří, by měli mít všichni“, „ano, týká se mne to, volila bych“, „to by chtěl každý, a stát by to měl zaručit“), 13,9%, to jsou **časté a hezké, ale nenaplnitelné sliby** („chtějí podchytit staré lidi, nevěřím“, „to jsou kecy, co je to důstojné stáří? Stejně to nebude“, „to by znamenalo zvýšit důchody, a to teď nejde, nevěřím“), 11, 11% se domnívá, že **důstojné stáří je věc jednotlivce, ne strany** („důstojné stáří si člověk musí vytvořit sám“, „důstojné stáří nemá s politickými stranami nic společného“, „jen se ho dožít, je to každého věc“).

Graf. 15 Jsme pro důstojné stáří



### Nejvíce přesvědčivé heslo

Posledním úkolem respondentů bylo vybrat jedno nejvíce a jedno nejméně přesvědčivé heslo. Nejvíce respondentů 22,22% oslovilo heslo „**Jsme pro důstojné stáří**“ a 22,22% „**Sociální solidarita-ANO. Korupce a zadlužování- NE**“, dále následuje „**Chceme bezplatné zdravotnictví**“

Tab. 33 Nejvíce přesvědčivé heslo

Heslo	N	%
„Chceme bezplatné zdravotnictví“	7	19,44
„Práce a sociální jistoty - požadavky, které splníme“	3	8,34
„Řešení: pracovní místa“	1	2,78
„Sociální solidarita-ANO. Korupce a zadlužování-NE „	8	22,22
„Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly“	4	11,11
„Jsme pro 13. důchod ze zisku ČEZ“	2	5,55
„Jistoty a prosperita“	3	8,34
„Jsme pro důstojné stáří“	8	22,22
Celkem	36	100

## Nejméně přesvědčivé heslo

Respondenti uvedli, že nejméně přesvědčivě na ně působí tato hesla: 36,11% uvedlo „Jsme pro 13. důchod ze zisků ČEZ“, 19,44% uvedlo „Jistoty a prosperita“ a shodně 13,88% „Chceme bezplatné zdravotnictví“ a „Sociální solidarita - ANO, Korupce a zadlužování - NE“.

Tab.34 Nejméně přesvědčivé heslo

Heslo	N	%
„Chceme bezplatné zdravotnictví“	5	13,88
„Práce a soc.jistoty-požadavky, které splníme“	2	5,56
„Řešení: pracovní místa“	2	5,56
„Sociální solidarita-ANO. Korupce a zadlužování-NE“	5	13,88
„Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly“	2	5,56
„Jsme pro 13. důchod ze zisku ČEZ“	13	36,11
„Jistoty a prosperita“	7	19,45
„Jsme pro důstojné stáří“	0	0
Celkem	36	100

## 5.7 Ověření hypotéz

### 1) *Staří lidé ve volbách neexperimentují, ale volí stabilně jimi ověřené strany.*

Podle výsledku šetření 22,22% respondentů charakterizovalo svou volbu jako tradičně stabilní, nicméně na otázku, jestli volili stejnou stranu i v předchozích volbách do Poslanecké sněmovny odpovědělo 55,55% dotázaných kladně, ale až 36,11% uvedlo, že svou

volbu změnili. Tyto voliče oslovily zejména nové politické stany. **Tato hypotéza byla vyvrácena.**

**2) Více než tři čtvrtiny respondentů se voleb do Poslanecké sněmovny v květnu roku 2010 zúčastnili.**

Podle výsledků šetření se voleb do Poslanecké sněmovny v květnu 2010 účastnilo 91,67% respondentů. Staří lidé opět potvrdili, že patří v souvislosti s volební účastí k nejstabilnější voličské skupině. 8,33% respondentů uvedlo, že se voleb neúčastnilo (z toho 1 respondentka uvádí jako důvod zdravotní potíže). **Tato hypotéza byla potvrzena.**

**3) Staré lidi spíše osloví hesla, ve kterých mohou spatřovat výhody pro svou věkovou skupinu.**

Dle výsledků šetření, staré lidi nejvíce oslovila hesla: 22,22% „Jsme pro důstojné stáří“, což se jejich věkové skupiny týká, nicméně stejné procento respondentů 22,22% uvedlo jako nejpřesvědčivější heslo „Sociální solidarita- ANO. Korupce a zadlužování- NE“, které se netýká pouze jejich věkové skupiny. Další už s věkovou skupinou starých lidí opět souvisí- „Chceme bezplatné zdravotnictví“. **Hypotéza byla potvrzena,** dle šetření staré lidi spíše oslovovala hesla, ve kterých mohou spatřovat výhody pro svou věkovou skupinu.

**4) Staré lidi spíše neosloví hesla, která se jich bezprostředně netýkají (například: práce a vzdělání)**

Dle výsledků šetření, určili staří lidé hesla „Řešení: pracovní místa“ a „Práce a soc. jistoty- požadavky které splníme“ za nejméně přesvědčivá hesla

(shodně 5,56%), i když heslo o vzdělání oslovilo 11,11% respondentů, hned za heslem o důstojném stáří a bezplatném zdravotnictví. Z výsledků vyplývá, že ačkoliv staří lidé podporují vzdělání a přiznávají důležitost tvorbě pracovních míst, tato hesla je neoslovují tolik, jako hesla, která se jich bezprostředně týkají. **Tato hypotéza byla potvrzená.**

**5) Staré lidi spíše osloví jasně formulována hesla, než obecné, nekonkrétní formulace.**

Z výsledků šetření vyplývá, že staří lidé nejvíce reagují na konkrétní hesla jako „Chceme bezplatné zdravotnictví“ nebo „Sociální solidarita-ANO. Korupce a zadlužování- NE“, která jsou čitelná a srozumitelná a starý člověk ví, co pod tím strana myslí. Na druhou stranu, hesla obecného charakteru jako „Řešení: pracovní místa“, nebo „Jistoty a prosperita“, jsou pro starého člověka ne úplně srozumitelné a neví, co si pod nimi představit. Častou reakcí na obecné heslo byla otázka: „Co tím myslí?“. Taková hesla seniory neoslovují. **Tato hypotéza byla potvrzena.**

## 6 ZÁVĚRY VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

Výsledky výzkumného šetření prokázaly platnost 4 hypotéz, jedna hypotéza byla vyvrácena. Z šetření vyplývá, že dotazovaná skupina 36 starých lidí patří k stabilním účastníkům voleb. Preferují levicově orientované politické strany. Volba těchto respondentů je víceméně stabilní, avšak nové strany oslovily a přesvědčily i část této věkové skupiny (zejména atraktivitou svých vůdčích představitelů). Staří lidé z výzkumné skupiny svými odpověďmi ukazují, že zdaleka ne každému líbivému heslu uvěří a osloví je. Například přes 50% těchto starých lidí se domnívá, že bezplatné zdravotnictví není reálné, ostatní respondenti si myslí, že by bezplatné být mělo a takové heslo je osloví. Přes 80% dotazovaných také nesouhlasí s „13. důchody ze zisku ČEZ“, respondenti je považují buď za líbivé předvolební heslo, lákavé, ale nereálné. Popřípadě se domnívají, že zisk by se měl využít jinak. Z těchto výsledků vyplývá, že ačkoliv respondenti více reagují na hesla, které se je bezprostředně týkají, nejsou sobečtí. Uvědomují si, že vzhledem k ekonomické situaci, ve které se Česká republika nachází, není reálné vyplácet důchody navíc. Dotazovaní staří lidé také pozitivně reagují na otázky vzdělanosti a z odpovědí vyplývá, že jim na vzdělání mladých lidí záleží a považují ho za důležité.

## ZÁVĚR

Ve mé diplomové práci se zabývám starými lidmi z pohledu jejich volebního chování a postojů k heslům o sociálních jistotách. Cílem bylo zjistit, jak staří lidé volí a jaký vliv má právě věk na jejich volbu. Práce je členěna na teoretickou a empirickou část. Teoretická část se skládá ze základního teoretického rámce volebního chování a volebního chování starých lidí obecně, se zahrnutím specifik volebního chování starých lidí v ČR. Dále se věnuji analýze volebních kampaní jednotlivých stran, se zaměřením na využívání hesel v rámci kampaní. Zajímavým zjištěním je, že žádná ze stran, které operují s pojmem sociálních jistot, nikde konkrétně nespecifikuje, co konkrétně tento pojem znamená a co vše zahrnuje. Důležitou částí práce je také komparace programů z hlediska sociálních jistot. Z komparace vyplynulo, že programy politických stran obsahují některé společné prvky jako zajištění základní zdravotní péče, nebo důraz na kvalitu vzdělávání. V zásadních otázkách typu penzijní reformy, zpoplatnění zdravotnické péče nebo financování vzdělání se však jednotlivé strany ve svých programech rozcházejí.

Empirická část práce předkládá výzkumné šetření zaměřené na seniory a jejich názory na konkrétní hesla, respektive na míru jejich přesvědčivosti. Výsledkem šetření bylo potvrzení 4 hypotéz (Více než tři čtvrtiny respondentů se voleb do Poslanecké sněmovny v květnu roku 2010 zúčastnily. Staré lidi spíše osloví hesla, ve kterých mohou spatřovat výhody pro svou věkovou skupinu. Staré lidi spíše neosloví hesla, která se jich bezprostředně netýkají (například: práce a vzdělání). Staré lidi spíše osloví jasně formulována hesla, než obecné, nekonkrétní formulace) a jedna hypotéza



potvrzena nebyla (Staří lidé ve volbách neexperimentují, ale volí stabilně jimi ověřené strany).

Z šetření vyplynulo, že skupina respondentů - starých lidí se vyznačuje vysokou voličskou účastí. Preferují levicově orientované strany, spíše reagují na jasně formulovaná konkrétní hesla než na obecné fráze. Upřednostňovali hesla, které se jich bezprostředně týkají. Na konkrétní hesla stran reagovali různě, ne každé, i když líbivé heslo, na ně působilo přesvědčivě a uvěřitelně. Například více než polovinu respondentů neoslovilo heslo o bezplatném zdravotnictví a 80% respondentů považuje heslo o 13.důchodech ze zisků ČEZ za naprosto nereálné. Jsem ráda, že stereotypní předsudek, se kterým se často setkávám, že staří lidé si nechají namluvit cokoli, výsledek mého šetření vyvrací.

Hlavní cíl, který jsem si ve své práci stanovila, a to zjistit, jak vybraná skupina starých lidí volí a jak reaguje na hesla politických stran, se mi podařilo splnit. Díky zpracovávání tématu o seniorech jako voličech jsem mohla načerpat řadu velice obohacujících a praktických zkušeností.

## SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY:

Bauman, Zygmund. 1995. *Úvahy o postmoderní době*. Praha: Slon. ISBN: 80-85850-125

Balík, Stanislav a kol. 2010. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 1.vydání. ISBN 978-80-7325-224-3

Bradová, Eva. 2005. *Od lokálních mítinků k politickému marketingu. Teorie a vývoj politické komunikace a volebních kampaní*. Brno: Mezinárodní politologický ústav. ISBN: 80-210-3800-4

Campbell, Angus, Gerald Gurin, Warren E.Miller, Donald Stokes. 1960. *The American Voter*. New York: Wiley

Campbell, John C. Strate, John. 1981. *Are Old People Conservative?* *The Gerontologist* 21:580-591

Caplan, Bryan. 2010. *Mýtus racionálního voliče - Proč v demokracii vítězí špatná politika*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN: 978-80-7422-056-2

Čaloud, Dalibor, Faltýn, Tomáš, Havlík, Vlastimil, Matušková, Anna. 2006. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, ISBN: 80-7325-108-6

Černý, Jiří, Glasová, Alice, Rendlová Eliška, Rezková Miluše. 1999. *Odras společenských změn ve veřejném mínění 1990-1998 (analýza dat IVVM)*. Pracovní texty. Sociologický ústav AV ČR. ISBN: 80-85950-63-4

Dahrendorf, Robert. 1991. *Moderný sociální konflikt*. Bratislava: Archa. ISBN 80-7115-024-X

Disman, Miroslav. 2006. *Jak se vyrábí sociologická znalost. Příručka pro uživatele*. Praha: Univerzita Karlova v Praze. Nakladatelství Karolinum ISBN 80-2460139-7

Eibl, Otto. 2010. *Volební programy*. In Balík, Stanislav a kol. 2010. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. 1.vydání. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN: 978-80-7325-224-3

Fisher, Patrick. 2008. *Is There an Emerging Age Gap in US Politics?* SOCIETY, Vol.45, Num.45: 504-511

Fisher, Patrick. 2010. *The Age Gap In 2008 Presidential Election*. SOCIETY, Vol.47, Num.4: 295-300

Foner, Anne. *Age stratification and age conflict in political life*. American Sociological Review Apr1974, Vol.39 Issue 2. ISSN: 00031224

Fourier, Patrick. 2006. *The Impact of Campaigns on Discrepancies, Errors and Biases in Voting Behavior*, in: Brady, H. - Johnston, R. (eds): *Capturing campaign effects*, The University of Michigan Press

Giddens, Anthony. 1994. *Beyond Left and Right: The Future of Radical Politics*. Cambridge (UK): Polity Press. ISBN 0-7456-1438-8

Giddens, Anthony. 2003. *Důsledky modernity*. Z anglického originálu přeložil Karel Müller. Praha: SLON, ISBN 80-86429-15-6

Grofman, Bernard. 2000. *Downsian Model of Elections*. In Rose, Richard. (ed.) : *International Encyclopedia of Elections*. London: Macmillan, ISBN 0-333-92745-1.

Harrington, Austin a kol. 2006. *Moderní sociální teorie*. Z anglického originálu přeložila Hana Loupová, 1.vydání. Praha: Portál. ISBN 80-7367-093-3

Hendl, Jan. 2005. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál. ISBN 80-7367-040-2

Heywood, Andrew. 2005. *Politické ideologie*. Z anglického originálu přeložil Zdeněk Masopust. Praha: EUROLEX BOHEMIA. ISBN: 80-86861-71-6

Holland, Jenny L., *Generation Gap? Young versus Old Voters and Presidential Candidate Preference*. Western Political Science Association 2011 Annual Meeting Paper.

Jabloňski, Andrzej W a kol. 2006. *Politický marketing- úvod do teorie a praxe*. Brno: Barrister & Principal, spol. s.r.o. z polského originálu přeložil Lumír Kopeček ISBN 80-7364-011-2

Jandourek, Jan. 2007. *Sociologický slovník*. 2.vydání. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-289-0

Kaack, Heino. 1998. *Funkce programů stran*. In *Politické strany v demokracii. Dokumenty a komentáře*. Praha: Konrad Adenauer Stiftung.

Kalvach, Zdeněk a kol. 2004: *Geriatric a gerontologie*. Praha: Grada Publishing. ISBN: 80-247-0548-6

Keller, Jan. 1992. *Úvod do sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství. ISBN: 80-901059-3-9

Krejčí, Oskar. 1994. *Kniha o volbách*. Praha: VICTORIA PUBLISHING, a.s. ISBN: 80-85605-88-0

Kuna, Zbyněk. 2010. *Demografický a potravinový problém světa*. 1.vydání. Praha: Wolters Kluwer ČR. ISBN 978-80-7357-588-5

Lazarsfeld, F. Paul. (et al.): *The People's Choice*. New York: Columbia University Press, 1944

Lees-Marshment, Jennifer. 2001. *The Marriage of Politics and Marketing*. Political Studies, Volume 49, Num.4

Lebeda, Tomáš, Linek, Lukáš, Lyons, Pat; Vlachová, Klára. 2006. *Voliči a volby*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2007. ISBN 978-80-7330-126-2.

Linek, Lukáš. 2010. *Zrazení snu? Struktura a dynamika postojů k politickému režimu a jeho institucím a jejich důsledky*. Praha: SLON. ISBN: 978-80-7419-029-2

Machek, Václav. 1999. *Etymologický slovník jazyka českého*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny. ISBN: 978-80-7422-048-7

Matejů, Petr, Řeháková, Blanka. 2000. *Proměny volebního chování sociálních tříd v letech 1992-1996*. In Matejů, Petr, Vlachová, Klára & al. 2000. *Nerovnost, spravedlnost, politika*. Praha: SLON. ISBN: 80-85850-82-6

Matejů, Petr, Vlachová, Klára & al. 2000. *Nerovnost, spravedlnost, politika*. Praha: SLON, 402 s. ISBN: 80-85850-82-6  
Matušková, Anna. 2010. *Volební kampaně*. in Balík, Stanislav a kol. 2010. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN: 987-80-7325-224-3

Mareš, Miroslav. 2003. *Volební programy ČSSD, ODS, Koalice a KSČM ve volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2002*. In: Linek, Lukáš, Mrklas, Ladislav, Seidlová, Adéla, Sokol, Petr (ed.). 2003: *Volby do Poslanecké sněmovny 2002*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. ISBN: 80-7330-021-4

Mareš, Petr. 1998. *Senioři a politika*. Sociologický časopis, Vol.34 (No. 3: 321-337)

Matušková, Anna. 2006. *Volební kampaň 2006*. in Čaloud, Dalibor, Foltýn, Tomáš, Havlík, Vlastimil, Matušková,

Anna. 2006. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2006*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. ISBN 80-7325-108-6

Matušková, Anna. 2010. *Volební kampaně*. in Balík, Stanislav a kol. 2010. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury. 1.vydání. ISBN 978-80-7325-224-3

McQuail, Denis. 2007. *Úvod do teorie masové komunikace*. Praha: Portál, 3.vydání. ISBN 978-80-7367-338-3

Mezřický, Václav a autoři. 2003. *Globalizace*. Praha: Portál.1.vydání. ISBN 80-7178-748-5

Pavlík, Zdeněk. et al. 2002. *Populační vývoj České republiky 1990-2002*. 1. vyd. Praha : DemoArt pro Přírodovědeckou fakultu UK v Praze. ISBN 80-902686-8-4

Pelsmacker, Patrick, De, Geuens, Maggie, and Bergh, Joeri, Van Den. 2004. *Marketing communications: A European perspective*. Essex: Prentice Hall.2nd edition, ISBN 0 273 68500 7

Riggle, Ellen D.B., Johnson, Mitzi M.S.1996. *Age Difference in Political Decision Making: Strategies for Evaluating Political Candidate*. Source: Political behavior, Vol.18, No.1 (Mar. 1996 )pp.99-118

Řeháková, Blanka. 1998. *Volební chování různých skupin voličů v předčasných parlamentních volbách v roce 1998*. Praha Sociologický ústav AV ČR.Pracovní texty výzkumného projektu Sociální Trendy.

Říčan, Pavel. 2004. *Cesta životem*. Praha: Portál, ISBN 80-7178-829-5

Říchová, Blanka. 2006. *Přehled moderních politologických teorií*. 2.vydání. Praha: Portál. ISBN: 80-7367-177-8

Reichel, Jiří. 2008. *Kapitoly systematické sociologie*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN: 978-80-247-2594-9

Schatz, Sara. 2002. *Age cohort voting effects in the breakdown of singleparty rule*. Journal of Aging Studies, Vol.16, 199-219.

Sokol, Jan. 2002. *Filozofická antropologie: člověk jako osoba*. Praha: Portál. 1.vydání. ISBN: 80-7178-627-6

Sokol, Jan. 2005. „*Stárnutí a smrt*“. In Jirásková, Věra a kol. *Mezigenerační porozumění a komunikace*. Praha: Nakladatelství EUROLEX BOHEMIA, s.r.o. 198 s. ISBN 80-86861-80-5

Spousta, Jan. 2001. *Volební kampaň a její účinek*. in *Krajské volby 2000. Fakta, názory a komentáře*. Ed.Ladislav Mrkas. Praha:CEVRO. ISBN: 80-238-6750-4

Stuart-Hamilton, Ian. 1999. *Psychologie stárnutí*. Z anglického originálu přeložil Jiří Krejčí 1.vydání. Praha: Portál. ISBN 80-7178-274-2

Vlachová, Klára. 2000. *Stranická identifikace v České republice*. Praha. Sociologický ústav AV ČR, Edice Sociological Papers SP 00:5 ISBN: 80-85950-81-2

Vodička, Karel, Cabada, Ladislav. 2003. *Politický systém České republiky : historie a současnost*. 1.vydání. Praha: Portál. ISBN: 80-7178-718-3

Vohralíková, Lenka, Rabušic Ladislav. 2004. *Čeští senioři včera, dnes a zítra*. Brno: Výskumné centrum VÚPSV.

### **KVALIFIKAČNÍ PRÁCE:**

Plecitá, Klára. 2003. *Voliči v letech 1992-2000*. Dizertační práce. Praha : FSV UK: Institut sociologických studií.

Přerovský, Petr. 2011. *Sociální jistoty*. Bakalářská práce. Fakulta humanitních studií. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně.

### **VOLEBNÍ PROGRAMY POLITICKÝCH STRAN:**

ČSSD (2010): *Program změny a naděje, velký volební program*. Dostupné z: [http://www.cssd.cz/soubory/ke-stazeni/volebni\\_program\\_velky.pdf](http://www.cssd.cz/soubory/ke-stazeni/volebni_program_velky.pdf)

KSČM (2010): *Otevřený volební program KSČM pro volby do PS PČR 2010*, volební program. Dostupné z: <http://www.kscm.cz/index.asp?thema=4393>

ODS (2010): *Řešení, která pomáhají*, volební program. Dostupné z: <http://www.ods.cz/docs/programy/volebni-program2010.pdf>

TOP 09 (2010): *„Programové prohlášení vlády na léta 2010-2014“*, volební program. Dostupné z: <http://www.top09.cz/proc-nas-volit/volebni-program/volebni-program-2010/>

Věci Veřejné (2010): *Volební program*. Dostupné z: <http://www.veciverejne.cz/politicky-program.html>

### **INTERNETOVÉ ZDROJE:**

CEVROREVUE. Buchta, Marek. 2005. Britské parlamentní volby I./Negativní reklama. Cevrorevue 5/2005. Dostupné z: <http://www.cevro.cz/cs/cevrorevue/aktualni-cislo-on-line/2005/5/60307-britske-parlamentni-volby-negativni-reklama.html>



ČSÚ: Věková skladba obyvatelstva - 2050. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vekova\\_skladba\\_obyvatelestva\\_v\\_roce\\_2050](http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/vekova_skladba_obyvatelestva_v_roce_2050)

Čt24.cz Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny 2010. Dostupné z: <http://www.ct24.cz/parlamentni-volby/vysledky-v-grafech/91298-volby-2010-konecne-vysledky-podle-csu/>

iDnes.cz: „Nejlepší slogan podle expertů“. Dostupné z: [http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421\\_081144\\_domaci\\_nos](http://zpravy.idnes.cz/nejlepsi-slogan-podle-expertu-kdyz-se-kecaji-blbosti-tak-spim-puk-/domaci.aspx?c=A100421_081144_domaci_nos)

iHNned.cz. Gabal, Ivan. 2006. „Pozitivní důsledky negativní kampaně.“ 13.6.2006. Dostupné z: [http://ihned.cz/3-18663930-Gabal-000000\\_d-a8](http://ihned.cz/3-18663930-Gabal-000000_d-a8)

Lidovky.cz „Politická image až na kost“. Dostupné z: <http://www.lidovky.cz/politicka-image-az-na-kost-09q>

MPSV ČR: Příprava na stárnutí. Dostupné z: <http://www.mpsv.cz/cs/2856>

Political Encyclopedia. 2011. Dostupné z: <http://www.politicalinformation.net/encyclopedia/propaganda.htm>

RESPEKT. 2010. „Měla by se regulovat negativní kampaň?“ Dostupné z: <http://respekt.ihned.cz/2010-parlamentni-volby/c1-46818160-mela-by-se-regulovat-negativni-kampan>

TÝDEN. „Ve volební kampani si nejvíce prostoru utrhla ČSSD“. Dostupné: [http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/ve-volebni-kampani-si-nejvic-prostoru-utrhla-cssd\\_169899.html](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/ve-volebni-kampani-si-nejvic-prostoru-utrhla-cssd_169899.html)

TÝDEN. „Jak volí čeští senioři? Levice vítězí 2:1“ Dostupné z: [http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1\\_170068.htm](http://www.tyden.cz/rubriky/domaci/volby-2010/jak-voli-cesti-seniori-levice-vitezi-2-1_170068.htm)

**SEZNAM POUŽITÝCH ZKRATEK :**

- ČSSD - Česká strana sociálně demokratická  
KSČM - Komunistická strana Čiech a Moravy  
MPSV ČR - Ministerstvo práce a sociálních věcí České republiky  
ODS - Občanská demokratická strana  
SZ - Strana Zelených  
TOP 09 - Tradice, Odpovědnost, Prosperita  
VV - Věci Veřejné

## **SEZNAM PŘÍLOH:**

- Příloha 1: Standardizovaný rozhovor
- Příloha 2: Tabulky k otázkám 1-9
- Příloha 3: Heslo č.1- kódování
- Příloha 4: Heslo č.2- kódování
- Příloha 5: Heslo č.3- kódování
- Příloha 6: Heslo č.4- kódování
- Příloha 7: Heslo č.5- kódování
- Příloha 8: Heslo č.6- kódování
- Příloha 9: Heslo č.7- kódování
- Příloha 10: Heslo č.8- kódování
- Příloha 11: Atraktivita hesel 2,4,7
- Příloha 12: Atraktivita hesel 3,5
- Příloha 13: Atraktivita hesel 6,1,8

## **SEZNAM GRAFŮ A TABULEK**

- Graf.1 Podíl obyvatel ve věku 60 a více let v % (svět celkem)  
Graf.2 Věková skladba obyvatelstva 2050 ČR  
Graf.3 Voliči podle věku (22-29 let)  
Graf.4 Voliči podle věku (30-44let)  
Graf.5 Voliči podle věku (45-59 let)  
Graf.6 Voliči podle věku (60 a více let)  
Graf.7 Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny 2010  
Graf.8 Chceme bezplatné zdravotnictví  
Graf.9 Práce a soc.jistoty-požadavky, které zaručíme  
Graf.10 Řešení-pracovní místa  
Graf.11 Sociální solidarita- ANO, korupce a zadlužování NE  
Graf.12 Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly  
Graf.13 Jsme pro 13.důchod ze zisku ČEZ  
Graf.14 Jistoty a prosperita  
Graf.15 Jsme pro důstojné stáří  
Graf.16 Atraktivita hesel č. 2,4 a 7  
Graf.17 Atraktivita hesel č. 3 a 5  
Graf.18 Atraktivita hesel č. 1,6 a 8
- Tab.1 Typologie účinků kampaní  
Tab.2 ČSSD a dostupná zdravotní péče  
Tab.3 ČSSD a podpora ve stáří  
Tab.4 ČSSD a vzdělání  
Tab.5 ČSSD a zaměstnání  
Tab.6 ODS a dostupná zdravotní péče  
Tab.7 ODS a podpora ve stáří  
Tab.8 ODS a vzdělání  
Tab.9 ODS a zaměstnání  
Tab.10 TOP 09 a dostupná zdravotní péče  
Tab.11 TOP 09 a podpora ve stáří  
Tab.12 TOP 09 a vzdělání  
Tab.13 TOP 09 a zaměstnání  
Tab.14 KSČM a dostupná zdravotní péče  
Tab.15 KSČM a podpora ve stáří

Tab.16 KSČM a vzdělání  
Tab.17 KSČM a zaměstnání  
Tab.18 VV a dostupná zdravotní péče  
Tab.19 VV a podpora ve stáří  
Tab.20 VV a vzdělání  
Tab.21 VV a zaměstnání  
Tab.22 Porovnání stran v oblasti dostupné zdravotní péče  
Tab.23 Porovnání stran v oblasti podpory ve stáří  
Tab.24 Porovnání stran v oblasti vzdělání  
Tab.25 Porovnání stran v oblasti zaměstnání  
Tab.26 Respondenti podle věku  
Tab.27 Rozdělení respondenta podle pohlaví  
Tab.28 Rozdělení podle rodinného stavu  
Tab.29 Rozdělení respondentů podle vzdělání  
Tab.30 Frekvence setkávání s dalšími seniory  
Tab.31 Účast ve volbách do Poslanecké sněmovny 2010  
Tab.32 Volební preference ve volbách do Poslanecké sněmovny 2010  
Tab.33 Nejvíce přesvědčivé heslo  
Tab.34 Nejméně přesvědčivé heslo  
Tab.35 Heslo č. 1 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.36 Heslo č. 2 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.37 Heslo č. 3 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.38 Heslo č. 4 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.39 Heslo č. 5 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.40 Heslo č. 6 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.41 Heslo č. 7 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.42 Heslo č. 8 - absolutní a relativní četnosti  
Tab.43 Atraktivita hesel č. 2,4 a 7 - procentuální vyjádření  
Tab.44 Atraktivita hesel č. 3 a 5 - procentuální vyjádření  
Tab.45 Atraktivita hesel č. 1,6 a 8 - procentuální vyjádření

**Příloha 1:**

**STANDARDIZOVANÝ ROZHOVOR**

- 1) Uveďte prosím Váš rok narození.....
  - 2) Jste
    - a) žena
    - b) muž
  - 3) Jaký je Váš rodinný stav?
    - a) svobodný/á
    - b) ženatý/vdaná
    - c) rozvedený/á
    - d) vdova/vdovec
  - 4) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?
    - a) základní
    - b) vyučen/a
    - c) vyučen s maturitou
    - d) středoškolské
    - e) vysokoškolské
  - 5) Účastníte se setkání s dalšími seniory?
    - a) ano
    - b) ne
  - 6) Jakých setkání se účastníte?  
.....  
.....
  - 7) Jak často se účastníte setkání s dalšími seniory?
    - a) 1x do měsíce
    - b) 1x za 14 dní
    - c) jednou týdně
    - d) jiná možnost.....
  - 8) Zúčastnil/a jste se v květnu roku 2010 voleb do Poslanecké sněmovny ?
    - a) ano
    - b) ne
  - 9) Pokud ano, kterou politickou stranu jste volil/a?  
.....
  - 10) Čím Vás oslovila strana, kterou jste volil/a?  
.....  
.....
  - 11) Volil/a jste tuto stranu i v předchozích volbách do Poslanecké sněmovny?
    - a) ano
    - b) ne
  - 12) Pokud ano, proč jste se takto rozhodl/a?  
.....  
.....
  - 13) Pokud ne, co Vás přimělo ke změně?  
.....  
.....
- 8 HESEL :
- 14) Co si myslíte o tomto heslu?  
.....  
.....
  - 15) Je pro Vás toto heslo přesvědčivé?
    - a) ano
    - b) ne
  - 16) Vyberte jedno nejvíce přesvědčivé heslo a jedno nejméně přesvědčivé heslo.

## Příloha 2: Tabulky k otázkám 1-9.

Tab.1: Rozdělení respondentů podle věku

Věk	N	%
60-65	15	41,67
66-70	10	27,77
71-75	6	16,67
76-80	5	13,89
Celkem	36	100

N= četnost absolutní

%= četnost relativní

Tab.2: Rozdělení respondentů podle pohlaví

Pohlaví	N	%
Žena	23	63,89
Muž	13	36,11
Celkem	36	100

Tab.3: Rozdělení podle rodinného stavu

Rodinný stav	N	%
Svobodný/á	0	0
Ženatý/Vdaná	18	50
Rozvedený/á	12	33,33
Vdova/Vdovec	6	16,67
Celkem	36	100

Tab.4: Rozdělení respondentů podle vzdělání

Nejvyšší dosažené vzdělání	N	%
Základní	4	11,11
Vyučen/a	17	47,22
Středoškolské	14	38,89
Vysokoškolské	1	2,78
Celkem	36	100

Tab.5: Setkání s dalšími seniory

Setkání s dalšími seniory	N	%
Ano	36	100
Ne	0	0
Celkem	36	100

Tab.6: Frekvence setkání s dalšími seniory

Frekvence setkání s dalšími seniory	N	%
1x do měsíce	2	5,56
1x 14 dní	7	19,44
1x týdně	10	27,78
2-3x týdně	12	33,33
Jiná možnost (každý den)	5	13,89
Celkem	36	100

Tab.7: Účast ve volbách do PS 2010

Volební účast	N	%
Ano	33	91,67
Ne	3	8,33
Celkem	36	100

Tab.8: Volební preference ve volbách do PS 2010

Volební preference	N	%
KSČM	4	12,12
ČSSD	13	39,4
VV	9	27,27
ODS	3	9,09
TOP 09	3	9,09
SZ	1	3,03
Celkem	33	100



### Příloha 3: Heslo č. 1- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ -"Chceme bezplatné zdravotnictví"	KÓD
1	N	Bezplatný nebylo ani za první republiky, ani nikdy nebude.	4
2	N	To neprojde i když bychom chtěli.	4
3	N	Není to možné, je to nereálné.	4
4	A	Dlouhá léta jsem pracoval, teď musím všechno platit.	3
5	N	Bylo by to dobrý, kdyby bylo bezplatné, ale není to reálné.	4
6	A	Jsem starý člověk, senioři by měli mít zdravotnictví bezplatné.	1
7	N	Bezplatné zdravotnictví nechci, připlácet si musíme, i když by to mohlo být méně.	2
8	N	Bezplatné už nikdy nebude, s platbou v nemocnici souhlasím, ale za recept ne.	2
9	N	Nesouhlasím, něco se platit musí, nic není zadarmo.	4
10	N	Heslo je to pěkné, ale zdravotnictví je drahé, takže jako cíl je to nereálné.	4
11	A	Zažili jsme bezplatné zdravotnictví, stát od nás dostal dost peněz, lidi na to mají právo.	1
12	A	Ano, mělo by být zdarma, souhlasím.	1
13	N	Vždyť podle ústavy bezplatné je. Platí se všude na světě. Aby bylo bezplatné, musíme si na to vydělat.	4
14	A	Celý život jsem tvrdě pracovala, mělo by být bezplatné, platit jen nadstandard.	1
15	N	Není to reálné. Já si zaplatím, když je to potřeba.	4
16	A	Mělo by být, souhlasím.	1
17	A	Rozhodně ano, léky jsou drahé, neměli by být tak drahý.	1
18	N	Bezplatné není nic, co nezaplatím já, zaplatí někdo jiný.	4
19	A	Léta jsme dělali, platili daně a teď musíme platit ještě víc.	1
20	N	Blbost, bezplatné není nic .	4
21	A	Volil bych je, kdyby to zařídili, kdyby to tak bylo.	1
22	A	Souhlasím, i když úplně bezplatně by to asi nešlo, ale ne aby nás odírali, platili jsme celý život.	2
23	A	To bych chtěl, hlasoval bych pro tu stranu i když všichni lžou.	1
24	N	Za komunismu bylo, na komunismus nemám dobré vzpomínky, nevěřím tomu.	4
25	A	Ano, chtěla bych, mělo by být bezplatné.	1
26	A	Dle ústavy má každý právo na bezplatné zdr., to platí, ale všichni jen kradou, důchodci platí vše.	1
27	N	Úplně bezplatné neexistuje, pak se zneužívá. (lidé berou zbytečně léky). Laciné heslo.	4
28	N	To už bylo, ale určitá částka by se měla přispívat, souhlasím i s 30 Kč, kde na to má stát brát?	4
29	N	Je to nereálné něco se platit musí. Nevěřím.	4
30	A	Žili jsme v tom, byli bychom rádi, aby se to uskutečnilo.	1
31	A	Jo, souhlasím, mělo by to tak být.	1
32	N	Úplně bezplatné není možné, nejde to, 30 Kč ano, ale 100 Kč za nemocnici je likvidační.	2
33	N	Je logické, že úplně zdarma to nejde, ale mohlo by být levnější.	2
34	N	Líbivé heslo, ale je to nemožné.	4
35	N	Úplně zadarmo to být nemůže, vše něco stojí.	4
36	A	Souhlasím, celý život jsme si platili, teď jsou léky drahé, pro důchodce je to likvidační.	1

Tab. 35 Heslo č. 1- absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	14	38,89
2	5	13,89
3	1	2,77
4	16	44,45
Celkem	36	100

1- Zdravotnictví by mělo být bezplatné  
2- Úplně zdarma to nejde, ale mělo by to být pro občana levnější  
3- Současné nastavení je nespravedlivé  
4- Bezplatné zdravotnictví není reálné

## Příloha 4: Heslo č. 2- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ - "Práce a soc. jistoty-požadavky, které splníme"	KÓD
1	N	To nesplní žádná strana, nevěřím.	3
2	N	To jsou jen laciné sliby.	2
3	N	Takhle natvrdo mně to nepřesvědčí. Je to moc ideální.	2
4	N	To bývalo dřív za totality, práce byla povinná, ale teď ne.	3
5	N	Nevěřím, nezajistí to.	3
6	N	Nevěřím, je toho moc, všechno by to nesplnili.	3
7	N	Není to reálné- doba kdy práce byla pro každého už není.	3
8	N	To je obsáhlé. Práce povinná není, soc. jistoty taky nejsou.	2
9	N	Kdo od nich co žádá? Není to srozumitelný.	2
10	N	To nejde, nevěřím, jsem pesimista.	3
11	A	práce je hodně důležitá, volila bych tu stranu.	1
12	A	To se mi líbí, obsah dobrý, volil bych.	1
13	N	Neříká mi to vůbec nic, soc. jistoty mají akorát nemakačenkové. Práce není povinná, takže to nemůžou splnit.	3
14	A	Práce a jistoty musí být pro lidi. Mohli by to splnit, pro mladé, naše děti, vnoučata.	1
15	N	Práce se mně už netýká, jistoty by byli dobré, ale spíš ne.	2
16	N	Práce by měla být pro každého, ale je vysoká nezaměstnanost, nesplní to.	3
17	N	O práci už nestojíme, jistoty nejsou, jen slibují.	2
18	N	Splnit to je nesmysl, jak mi něco může splnit strana?	2
19	A	Důchody nejdou velké a bude to horší, ale mohlo by to být, mohli by se postarat.	1
20	A	Chtějí to splnit, je to hezké heslo.	1
21	A	Hezký heslo, to bych volil.	1
22	N	Je to strohé, k ničemu.	2
23	N	Nevěřím, to už nikdy nezaručím.	3
24	N	To dnes žádná strana nemůže splnit, musela by být pracovní povinnost, což v kapitalismu nejde.	3
25	N	Práce a soc. jistoty tady nejsou, pracovních míst je málo, nevěřím.	3
26	N	Zajišťovat by to měla ústava, tak proč to zajišťovat ještě jednou.	2
27	A	Sociální jistoty by měli být zachovány, zdravotně postiženým se jen snižují. Volila bych.	1
28	N	Kdyby to splnili, to by bylo dobře, práce není a pak ani jistoty, ale nevěřím.	3
29	A	Práce už mně nezajímá, ale heslo oslovilo.	1
30	A	To bych si přál, to bych bral.	1
31	N	To žádná strana nesplní, je to jenom slib.	3
32	N	Nevěřím, lidé si nezvykli na práci.	3
33	N	Nesplní to, není reálné zajistit práci.	3
34	N	Nevěřím, nesplnitelné, nejde to na 100%.	3
35	N	Nesplní to, to nejde, je to lež.	3
36	A	Ano, mohli by to splnit, každý potřebuje práci.	1

Tab. 36 Heslo č. 2- absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	10	27,78
2	9	25
3	17	47,22
Celkem	36	100

- 1- S obsahem souhlasím, tuto stranu bych volil/a
- 2- Heslo je naprosto nedůvěryhodné
- 3- Splnění není reálné

## Příloha 5: Heslo č.3- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ - "Řešení:pracovní místa"	KÓD
1	N	Byli by zapotřebí, ale nevytvoří je.	2
2	N	Pracovní místa nejsou, ale lidé také nechtějí pracovat.	3
3	N	Nevěřím že je vytvoří, jak to může vyřešit strana?	4
4	N	Pracovní místa nejsou, nevytvoří je, nevěřím.	2
5	A	Pro mladé lidi by to bylo dobrý, ano.	1
6	N	Já se tím nezabývám, netýká se mně to.	5
7	N	Práce je dost, musí se chtít dělat.	3
8	N	Částečně se něco vyřeší, ale práce pro každého se nenajde.	4
9	A	Souhlasím, nová pracovní místa by se měli vytvářet.	1
10	N	Nevěřím, je těžké vytvořit pracovní místa.	2
11	A	Reálné to je, měli by to zajistit.	1
12	N	Nevěřím, to by musel být jiný systém, nesměli by být soukromníci a vyhazovat lidi.	4
13	N	Nevěřím, pracovní místa neudělá žádná strana, ale podnikatelé.	4
14	N	Tohle není přesvědčivý, nevěřím, uvěřím až ty místa budou.	4
15	N	Jako důchodce se mně to netýká a mladí nemají zájem.	5
16	N	Byla by potřeba, ale nezařídí to.	2
17	N	Nevěřím, největší továrny tady zrušili, místa nejsou.	4
18	A	To beru, jestli dokážou vymyslet systém na vytvoření pracovní míst, tak ano.	1
19	A	Pracovní místa by měli být, je to důležité, souhlasím.	1
20	N	Tohle heslo mně vůbec neoslovuje, nevěřím.	4
21	N	To jsou kecy, nevěřím tomu, místa pro mladé lidi nejsou.	4
22	N	Nevěřím, ale je to důležité pro naše děti.	4
23	N	Nevěřím, všichni je kecají, a pak je to vždycky „nahovno“.	4
24	N	Nikdo Vám přece nemůže zaručit pracovní místo.	4
25	A	Ano, kvůli mladým lidem by se to mělo zajistit.	1
26	N	Jedna strana nic nedosáhne, tento národ je líný, vyhovuje jim, že nedělají.	3
27	N	Pracovní místa jsou důležitá, ale je to laciný heslo, nevěřím.	4
28	A	Souhlasím, nelíbí se mi že ruší místa, nechtějí staré lidi a lidi bez praxe.	1
29	A	Souhlasím, podporuji to, pracovní místa by měli být.	1
30	N	To je na déle to řešit a vyřešit.	4
31	N	To neovlivní žádná strana, ne.	4
32	N	Jak konkrétně? To jsou jen sliby. Kde budou pracovat když nejsou továrny?	4
33	A	Ano, to je důležité, víc pracovních míst.	1
34	A	To je aktuální a je moc možností jak to řešit.	1
35	N	Nevěřím že se to podaří, práci nezajistí.	4
36	A	Jak říkám, každý by měl mít práce, vyřešila by se spusta problémů.	1

Tab. 37 Heslo č. 3 - absolutní a relativní četnosti

kód	N	%
1	11	30,55
2	4	11,11
3	3	8,33
4	16	44,44
5	5	13,88
Celkem	36	100

- 1- S obsahem souhlasím, volil/a bych
- 2- Místa jsou potřeba, ale nevytvoří je
- 3- Řada lidí pracovat vůbec nechce
- 4- Heslo je naprosto nedůvěryhodné
- 5- Jako důchodce se mně to vůbec netýká

## Příloha 6: Heslo č.4- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ- "Sociální solidarita-ANO, korupce a zadlužování- NE"	KÓD
1	N	Nesplní to,korupce bude furt.	4
2	A	Líbí se mi to heslo, volila bych.	1
3	A	Ano, pro to bych byla, aby se zamezilo korupci.	1
4	N	Zadlužujeme se čím dál tím víc, nevěřím tomu.	4
5	A	Asi bych se rozmýšlela, ale nejspíš ano, souhlasím.	1
6	A	Ano, pokus je to dobrý, oslovuje mě to.	1
7	A	Solidarita by měla být, a bojoval proti korupci je správné, i když to zatím tak nevypadá.	3
8	N	Která strana to dotáhne do konce, to už tady bylo.	4
9	N	S půlkou hesla možná souhlasím, ale korupce se jen tak nevymítí.	3
10	A	Ano, pokud by to vyšlo, tak jo. Korupci nesnáším.	2
11	N	To je populistické heslo, nevěřím.	4
12	A	To bych bral korupce je vážně problém.	1
13	A	Přesvědčí mě to, pokud to uskuteční.	2
14	A	Tomu bych věřila. Je důležitý, aby nebyla korupce a zadlužování. Topolánkova vláda to nezvládla.	1
15	A	To beru, je to důležité souhlasím.	1
16	A	Je to správný, mělo by to tak být.	2
17	A	Když to tak bude, tak ano, korupce je špatná.	2
18	A	To se mi líbí, ztotožňuji se s tím.	1
19	A	Věřím tomu, korupce by neměla být.	1
20	N	To říkají všechny strany, nevěřím.	4
21	N	Hezké heslo, nejlepší, ale jsou to kecy.	4
22	N	Nevěřím, když čtu noviny a TV,korupce je v takovém rozsahu.I pokud by to strana myslela dobře,pár lidí nic nezmůže.	4
23	N	Korupce NE- ok, ale je tady pořád, nepřesvědčí mě to.	4
24	A	Potírat korupci je důležité, souhlasím.	1
25	A	Určitě je důležitá solidarita a bojovat proti korupci taky, souhlasím.	1
26	A	Solidarita být musí- s pracujícími, důchodci i ZP. A proti korupci jsem taky. To beru.	1
27	N	Korupce je hrozná a solidarita být musí, ale ptám se, jak to udělají? Takhle se to jen řekne. To je jasné že ne.Hlavně důchodci jsou zadlužení,ale když jsem byla na předváděčce tak důchodci si to kupovali.	4
28	N	Korupce bude pořád, nevěřím.	4
29	N	Korupce bude pořád, nevěřím.	4
30	A	To by mělo platit, hlavně ohledně korupce a zadlužování.	1
31	A	Ano, tomu bych chtěla věřit.	2
32	N	O tom se píše už 20 let, a 2 generace lidí jsou na korupci zvyklý, jen tak se to nezmění.	4
33	A	To kdyby zaručili, tak bych je volila.	2
34	A	Ano, to bychom si přáli všichni..	1
35	N	Je to lákadlo pro voliče, korupce bude pořád.	4
36	N	Solidarita ano, ale korupce je všude, nevěřím.	3

Tab. 38 Heslo č. 4 - absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	14	38,88
2	6	16,6
3	3	8,33
4	13	36,11
<b>Celkem</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

- 1- S tímto heslem se ztotožňuji  
2- Ano, tomu bych chtěl věřit/a  
3- Solidarita-ano, ale boj proti korupci-to se spíše jen tak říká  
4- Nevěřím, že to splní, je to lákadlo pro voliče

## Příloha 7: Heslo č. 5- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ: "Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly"	KÓD
1	A	To mně osloví, mladí musí mít vzdělání.	1
2	A	Mladí jsou na tom lépe než jsme byli my,měli by studovat.	2
3	N	Nevím, možná ani nechtějí vzdělání, mladým někdy nerozumím.	5
4	A	To by bylo zapotřebí, kvalitní vzdělání.	1
5	A	Vzdělání je důležité, souhlasím.	1
6	A	Vnuk právě dostudoval, podporuji to .	1
7	A	Vzdělání mně oslovuje, ano.	1
8	N	Je to důležité, mladí ho i chtějí ale podvodníků s tituly bude pořád dost.	4
9	A	Osloví mně to, kvalitní školy a kantoři jsou zapotřebí.	1
10	N	Jsem bývalý kantor, mladí to mají složité, mnohý se nechtějí vzdělávat.	5
11	A	Vzdělání je moc důležité, já to vím, nemohla jsem na školu.	1
12	A	Podporuji vzdělání .	1
13	A	Vzdělání záleží i na mladých, ale mělo by být kvalitní.	1
14	A	Jo, laciné tituly jsou k ničemu, i když jich má hodně lidí.	4
15	N	Když jde o peníze, tak si ten titul zaplatí.	4
16	A	Ano, tituly chtějí jen zbohatlíci.	4
17	A	Ano, podporuji vzdělanost.	1
18	A	Je to důležité, aby měli mladí rozhled.	1
19	A	Mladí by měli mít možnost a přístup ke vzdělání.	1
20	A	To je sympatické heslo, to беру.	1
21	A	Jo, dal bych jim hlas,aby se neopakovala Plzeň.	1
22	A	Souhlasím, ať je vzdělání kvalitní.	1
23	N	Titul bych klidně zaplatil, dělá to spousta lidí.	4
24	N	Někdy mladí po vzdělání ani netouží,co znám mladý ani nechtějí studovat.Není reálne to prosadit jednou stranou.	5
25	A	Ano, ať mladí studují.	1
26	A	Ano, většina chce kvalitní vzdělání, mladí si to musí zasloužit.	1
27	A	Mladou generaci podporuji, souhlasím.	1
28	N	Mladí by se měli také vyučit, chybí řemeslníci, všichni chtějí tituly, i laciný.	3
29	A	Za mých mladých let to tak nebylo,člověk musí být chytrý, aby dostal titul,jinak ať jde zametat vajgly v Chomutově.	3
30	A	Kvalitní vzdělání podporuji.	1
31	A	Souhlasím s tím heslem, je více těch co chtějí kvalitu, před lacinými tituly.	1
32	N	Každý chce titul, aby nemusel pracovat.Je to populismus.	3
33	A	Vzdělání je důležité pro budoucnost mladých.	2
34	A	Vzdělání je základ, souhlasím a podporuji.	1
35	A	To беру, hlavně ať studují.	1
36	A	Ano, je to důležité, aby si mladí snáze našli práci.	2

Tab. 39 Heslo č. 5 - absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	22	61,12
2	3	8,34
3	3	8,34
4	5	13,89
5	3	8,34
Celkem	36	100

- 1- Ano, vzdělání by mělo být kvalitní
- 2- Mladí by měli studovat, aby měli dobrou práci
- 3- Každý chce i laciný titul, aby nemusel pracovat
- 4- Zaplacený titul má spousta lidí
- 5- Spousta mladých lidí zájem o studium nemá

## Příloha 8: Heslo č.6- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ: "Jsme pro 13.důchod ze zisků ČEZ "	KÓD
1	N	Je to blud, Budeme rádi, když nám dají těch 12.	4
2	N	Nevěřím tomu, je to jen líbivé heslo,naslibovali toho moc.	4
3	N	Volovina, ať raději vytvářejí pracovní místa .	4
4	N	Na ČEZU jsem dělal, nedají to.	4
5	A	To bych brala, volila bych je.	1
6	N	Nevěřím, nedali by to.	4
7	N	Hezký,ale není to reálné.	3
8	N	Neuskutečnitelné, neměli by na to.	4
9	N	Nevěřím, to nedají.	4
10	N	Proč by to měl platit ČEZ? Je to blbost.	4
11	N	Je to populismus, není to možné.	3
12	N	Tomu nevěřím, to nedají.	4
13	N	Nevěřím, to jsou laciné předvolební sliby.Peníze je potřeba jinde, třeba ve zdravotnictví.	2
14	N	Nevěřím tomu, že by se to uskutečnilo,je to blbost dávat navíc, když nám teď chtějí brát.	4
15	A	To je dobrý, ČEZ má takový majetek, tak ať platí.. Není to možné uskutečnit, nejsou peníze na nic, i když ČEZ zisky má, ale mohl by to dát na jiné věci.	1
16	N		2
17	N	Nevěřím tomu, v Čezu jsou bohatí, ale nic nedají.	4
18	N	Nevěřím, nedají nám to.	4
19	N	ČEZ nejmíc vydělává, tak ať to zaplatí.	1
20	N	Je to laciný heslo, ty peníze se dají dát jinde, raději na vzdělání.	2
21	N	Nemusím ho mít, je to lákadlo pro blbce.	4
22	N	Nevěřím, ČEZ by si nenechal odsypat.	4
23	N	To nám nikdo nedá, je to blbost.	4
24	N	Mohli by dát, ale nevěřím, že to prosadí.	3
25	N	Blbost, ani na normální důchody není. Zisk ČEZ by měl jít na školství,zdravotnictví,ne na důchody,pokud stát nebude rozkrade- nej,důchodu bude dost.	4
26	N		2
27	N	Je to lákavý, ale laciný. To už bylo několikrát, jak můžou slibovat za někoho, elektrárny to platit nebudou, i když by to bylo dobré.	3
28	N		4
29	N	Nevěřím, je to lákání staroušků.	4
30	N	Je to těžko uskutečnitelné.	4
31	A	Brala bych to, bylo by to dobré.	1
32	N	Blbost, populismus, předvolební heslo.	4
33	N	Nereálné, nedají to.	4
34	N	Zisk bych využil jinak.	2
35	N	Nereálné, ale líbilo by se mi to.	3
36	N	Chtěli bychom, ale nedají nám to.	3

Tab. 40 Heslo č. 6 - absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	4	11,11
2	5	13,89
3	6	16,67
4	21	58,33
Celkem	36	100

- 1- Jsem pro, ČEZ vydělává nejmíc, tak ať platí
- 2- Zisk ČEZ by měl jít na školství nebo zdravotnictví
- 3- Lákavé, ale nereálné
- 4- Toto heslo je blbost, to nám nikdo nedá

## Příloha 9- Heslo č.7- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ: "Jistoty a prosperita"	KÓD
1	N	Nevěřím, jistotu nemá nikdo.	1
2	A	To bych brala, volila bych je.	3
3	N	Samo se to neudělá, nevěřím.	1
4	N	Obecné heslo, nic mi to neříká.	2
5	N	Co to je? Kde je jistota?Nikde.	2
6	N	Moc obecný slib, nesplní to.	2
7	N	bylo by to hezký, ale co tím myslí?	2
8	N	Nevěřím, je to nesplnitelné.	2
9	N	Nic neříkající, můžu si pod tím představit cokoliv.	1
10	N	Moc ideální, obecná charakteristika, nic mi to neříká.	2
11	N	Pěkný, ale ne v dnešní době, nesplnitelné.	1
12	A	Je to dobrý, kdyby to vyšlo.	3
13	N	Líbivé heslo, ale skutek utek, už to tady bylo, a nic se nestalo, nevěřím.	1
14	N	Nevěřím, žádná jistota a prosperita není a nebyla.	1
15	N	CO je to jistota? A prosperita v čem? Nic mi to neříká?	2
16	N	Tolik stran to už mělo, nevěřím, je to obecné.	1
17	N	Toto heslo mi nic neříká.	2
18	N	Je to nesmysl, nic mi to neříká.	2
19	A	Pokud to dodrží...je to dobrý heslo.	3
20	N	Hezký ,ale nereálný.	1
21	A	Myšlenka dobrá, ale těžko splnitelná.	1
22	A	Jo, tomu bych věřila.	3
23	N	To mi nic neříká, jaká prosperita?žádná není.	2
24	N	Nevěřím, je to bezobsažné heslo, nic se nikdy nezměnilo.	2
25	N	Jistotu nezaručí nikdo, nevěřím tomu.	1
26	A	Je to uklidňující heslo, mělo by to tak být.	3
27	N	Laciný, nic pod tím nevidím.	2
28	N	Nic mi to neříká, žádný jistoty nejsou.	2
29	N	To mají všechny strany, jaké jistoty?	2
30	A	Oslovuje mě to, bylo by to dobrý.	3
31	A	Jo, to je dobrý, volila bych je.	3
32	N	To je první bod každé strany když chce nalákat voliče.	1
33	N	Neuskutečnitelné, je to jen heslo, nikdo nemá jistotu.	1
34	N	Obecná nic neříkající formulace.	2
35	N	Nevím, nic mi to neříká.	2
36	N	Jistoty by měli být, ale je to moc obecné.	2

Tab. 41 Heslo č. 7 - absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	12	33,33
2	17	47,22
3	7	19,45
<b>Celkem</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

- 1- Nevěřím, to nikdo nezaručí
- 2- Nekonkrétní,obecné heslo, co tím myslí?
- 3- Souhlasím, volil/a bych

## Příloha 10: Heslo č.8- kódování

číslo	A/N	ODPOVĚĎ: "Jsme pro důstojné stáří"	KÓD
1	A	To mně oslovuje, mělo by to tak být.	1
2	A	To ano, aby se důchodcům dařilo líp.	1
3	N	Chtějí podchytit staré lidi, nevěřím.	3
4	A	To se mi líbí, to bych volil.	1
5	A	Důstojné stáří by měli mít všichni.	1
6	A	Týká se mně to, volila bych.	1
7	A	Souhlasím, každý by měl mít důstojné stáří.	1
8	A	Ano, mělo by to tak být.	1
9	N	Důstojné stáří si člověk musí vytvořit sám.	2
10	A	Beru to, souhlasím, mělo by být.	1
11	A	To bych chtěla aby mladí lidi měli důstojné stáří, my ho jakž takž máme.	1
12	A	Věřím, to se dá zabezpečit.	1
13	N	To by znamenalo zvýšit důchody a to teď nejde, takže nevěřím.	3
14	A	Jo, stáží by mělo být důstojné, souhlas.	1
15	A	To by mně přesvědčilo, souhlasím.	1
16	A	Ano, kdyby to tak bylo, volila bych.	1
17	N	To je ve hvězdách, strany to tvrdí, ale nikdy to nedosáhnou.	3
18	N	Důstojné stáří nemá s politickými stranami nic společného.	2
19	A	Přál bych to všem důchodcům, na stáří by měli důchodci jezdit zdarma a mít slevy.	1
20	A	S tím souhlasím, jsme důchodci, dotýká se nás to.	1
21	A	To by chtěl každý, a stát by to měl zaručit.	1
22	A	To mně oslovuje, určitě bych volila.	1
23	N	To jsou" kecy", co je to důstojné stáří? Stejně to nebude.	3
24	N	Žádná strana to nezaručí.	2
25	A	Určitě by to tak mělo být.	1
26	A	Volila bych, důchodci musí mít aspoň trochu důstojné stáří.	1
27	N	Je to hezký, ale je to blbost.	3
28	A	Souhlasím s tím, a volila bych.	1
29	A	Ano, mělo by být důstojné, to určitě.	1
30	A	Kdo by nechtěl? To by mně oslovilo.	1
31	A	Ano, strana to může zajistit, volil bych.	1
32	N	Jen se ho dožít, je to každého věc.	2
33	A	Přesvědčí mně to, za tolik odpracovaných let, máme tak malé důchody.	1
34	A	Důstojnost ve stáří je důležitá, souhlasím.	1
35	A	Ano, pro nás důchodce je to aktuální, oslovuje mně to.	1
36	A	Zajistit důstojné stáří si zaslouží každý, mělo by to tak být.	1

Tab. 42 Heslo č. 8 - absolutní a relativní četnosti

Kód	N	%
1	27	75
2	4	11,1
3	5	13,9
<b>Celkem</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

1- Souhlasím, tak by to mělo být

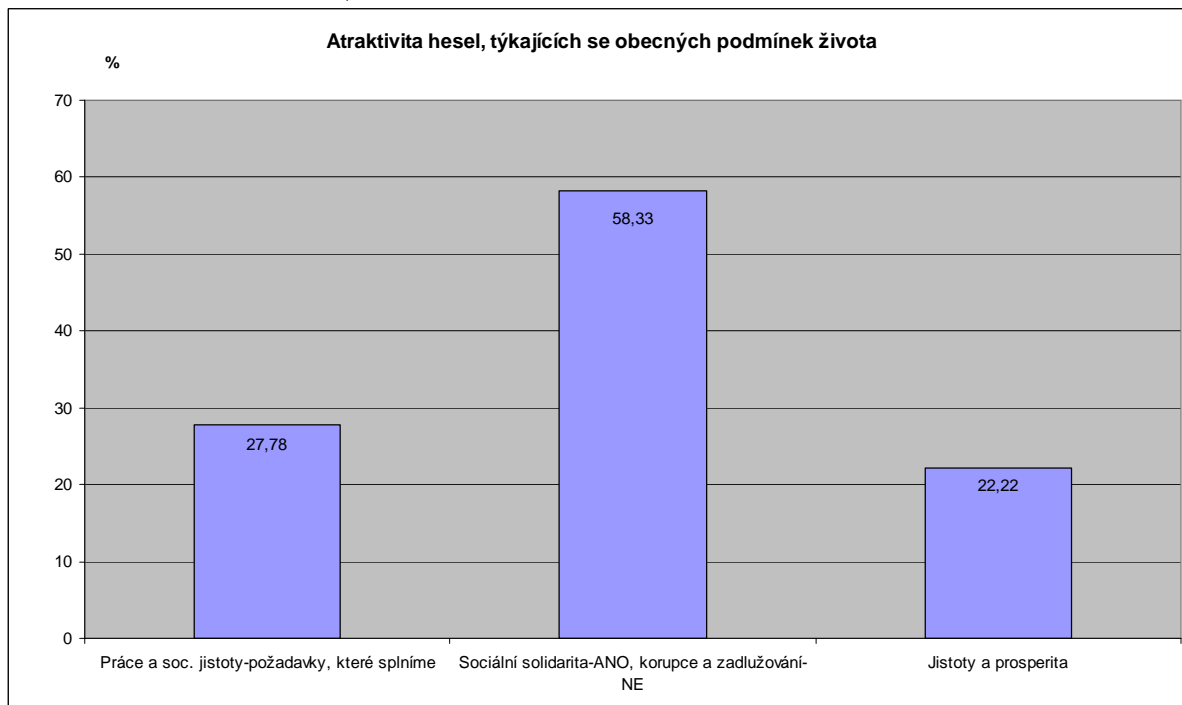
2- Důstojné stáří je věc jednotlivce, ne strany

3- To jsou časté a hezké, ale nenaplnitelné sliby



## Příloha 11: Atraktivita hesel č. 2, 4, 7

Graf.16 Atraktivita hesel č. 2,4 a 7

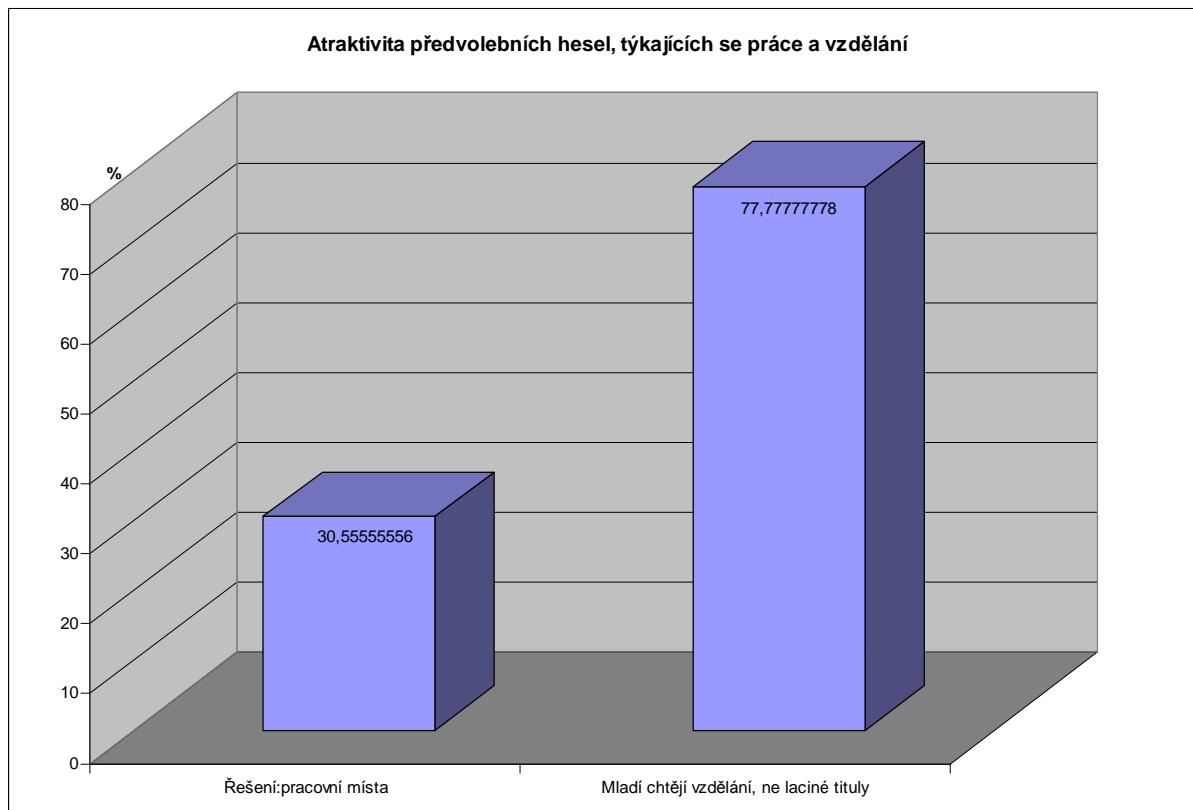


Tab. 43 Atraktivita hesel č. 2,4 a 7 - procentuální vyjádření

Heslo č. 2	Heslo č. 4	Heslo č. 7
Práce a soc. jistoty-požadavky, které splníme	Soc.solidarita-ANO, korupce a zadlužování-NE	Jistoty a prosperita
27,78%	58,33%	22,22%

## Příloha 12: Atraktivita hesel č. 3, 5

Graf.17 Atraktivita hesel č. 3 a 5

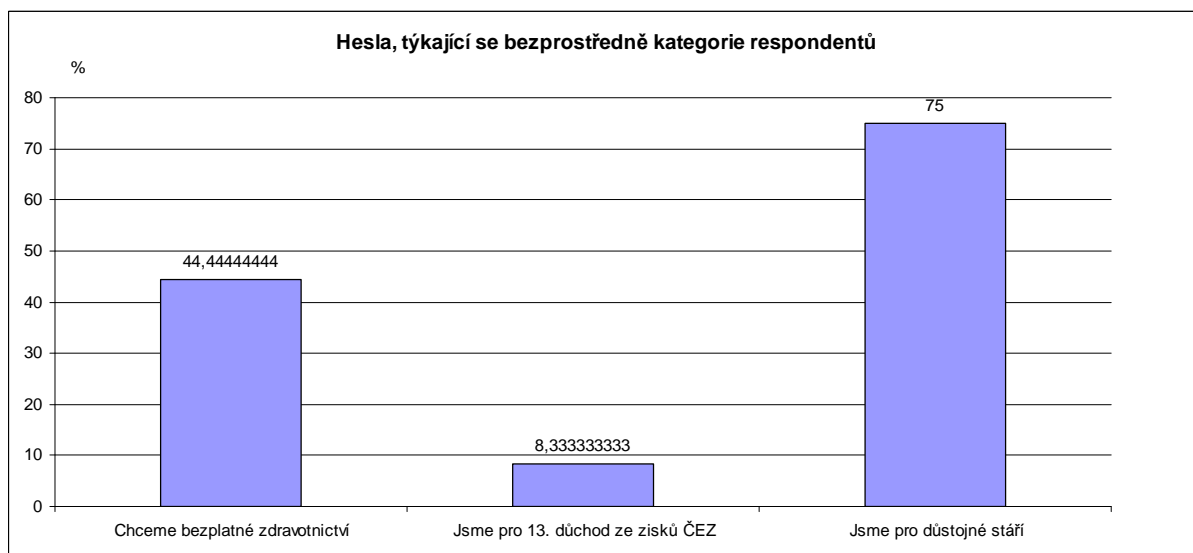


Tab. 44 Atraktivita hesel č. 3 a 5 - procentuální vyjádření

Heslo č. 3	Heslo č. 5
Řešení: pracovní místa	Mladí chtějí vzdělání, ne laciné tituly
30,55 %	77,77%

## Příloha 13: Aktraktivita hesel č. 1, 6, 8

Graf.18 Atraktivita hesel č. 1,6 a 8



Tab. 45 Atraktivita hesel č. 1, 6 a 8 - procentuální vyjádření

Heslo č. 1	Heslo č. 6	Heslo č. 8
Chceme bezplatné zdravotnictví	Jsme pro 13. důchod ze zisků ČEZ	Jsme pro důstojné stáří
44,44%	8,33%	75%

