

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD

Institut politologických studií, Katedra politologie

David Rathous

**Srovnání předvolebních průzkumů a výsledků
voleb do Poslanecké sněmovny 2010 a 2013**

Bakalářská práce

Praha 2017

Autor práce: **David Rathous**

Vedoucí práce: **PhDr. Miloš Brunclík, Ph.D.**

Rok obhajoby: **2017**

Bibliografický záznam

RATHOUS, David. *Srovnání předvolebních průzkumů a výsledků voleb do Poslanecké sněmovny 2010 a 2013*. Praha, 2017. 48 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut politologických studií. Katedra politologie. Vedoucí práce PhDr. Miloš Brunclík, Ph.D.

Abstrakt

Tématem této bakalářské práce jsou předvolební průzkumy, jejich přesnost a limity. Přestože se tyto průzkumy těší ve veřejném prostoru velké pozornosti, nejsou vzhledem k jejich problematice dostatečně zdůrazňována jejich omezení. Ve své práci se nejprve zabývám teorií a přibližuji způsob, jakým předvolební průzkum vzniká. Pro utvoření kontextu je v textu stručně představena historie předvolebních průzkumů a jejich role v politickém prostoru. Zabývám se také limity předvolebních průzkumů a tím, co ovlivňuje jejich přesnost. V textu jsou dále představeny různé metody, které se během předvolebních šetření využívají. Vysvětlen je zde i rozdíl mezi jednotlivými typy výsledků z předvolebních průzkumů. Svůj prostor dostala také otázka možného vlivu těchto průzkumů na rozhodování voličů. V další části práce ověřuji přesnost předvolebních průzkumů jejich srovnáním s výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v letech 2010 a 2013. Do této studie byly zahrnuty tři české agentury: CVVM, Median a STEM. Významnou roli v této práci s ohledem na její závěr hrají i údaje o tom, kdy se čeští občané rozhodují, zda k volbám dorazí a kterou stranu budou volit. Cílem této práce je zjistit, zda výsledky voleb odpovídají předvolebním průzkumům a co nejvíce ovlivňuje jejich přesnost.

Abstract

This bachelor's thesis deals with opinion polls before elections, their accuracy and their limitations. Even though these polls get great attention at public space, their limitations are not emphasized enough because of their issues. In my paper, I deal with the theory and clarify the way in which the polls are created at first. To present some context, a history of opinion polls is introduced in short in the text as well as their role in the political space. I also focus on the limitations of opinion polls and on the reasons which influence their accuracy. Furthermore, the text presents various methods which are used in pre-election surveys. It also describes the difference between specific types of poll results. The issue of potential influence of these polls on the decisions of voters is also discussed. In the next part of the thesis, I verify the accuracy of the opinion polls by comparing them to election results from the elections to the Chamber of Deputies of the Czech Republic in 2010 and 2013. Three Czech agencies were involved in this study: CVVM, Median and STEM. Information about when the Czech voters decide if they will vote and which party they will choose plays significant importance in this thesis with regard to its conclusion. The aim of this thesis is to find out if the elections results correspond to opinion polls made before the elections and what influences the accuracy of polls the most.

Klíčová slova

předvolební průzkum, průzkum veřejného mínění, volby, voliči, rozhodování voličů

Keywords

pre-election survey, opinion poll, election, voter, voting behavior

Rozsah práce: 74 990 znaků

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracoval/a samostatně a použil/a jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 18. května 2017

David Rathous

Poděkování

Za dokončení této bakalářské práce vděčím především PhDr. Miloši Brunclíkovi, Ph.D., který se mnou jakožto vedoucí trpělivě konzultoval postup práce a poskytl mi řadu cenných rad a připomínek.

Projekt závěrečné diplomové práce

Katedra politologie IPS FSV UK v Praze

Příjmení, jméno	Rathous David		
Studijní obor	Politologie a mezinárodní vztahy (Bc.)	Typ práce	bakalářská práce
Ak. rok podání	2015/2016	Předpokládaný termín dokončení	LS 2017
Název práce	Srovnání předvolebních průzkumů a výsledků voleb do Poslanecké sněmovny 2010 a 2013		
Vedoucí práce	PhDr. Miloš Brunclík, Ph.D.	Semestr zadání	letní

Zdůvodnění výběru práce (max 2000 znaků):

Není výjimkou, když volby dopadnou oproti předvolebním průzkumům odlišně. Mnohdy však nejde jen o pár procent, ale stává se, že pořadí stran je po volbách jiné, než jaké předvídaly ve svých průzkumech agentury zabývající se průzkumy veřejného mínění, nebo že strany, které údajně měly překročit pětiprocentní hranici, se nakonec do Parlamentu nedostaly a naopak. Můj názor je, že vliv předvolebních průzkumů na rozhodování voličů je podceňován. Domnívám se, že občané berou data zveřejňovaná před volbami bez potřebného nadhledu. Řada voličů menších stran, které se v průzkumech pohybují okolo hranice potřebné ke vstupu do Poslanecké sněmovny, se z obavy před ztraceným hlasem nakonec rozhodnou volit jinou, větší stranu. V rámci své bakalářské práce srovnám předvolební průzkumy několika různých agentur s výsledky následných voleb.

Pro svou studii jsem zvolil volby do Poslanecké sněmovny v letech 2010 a 2013. Rozhodl jsem se pro tento typ voleb, neboť jsou celostátní a příhodné nejen volebním systémem, ale i větším zájmem veřejnosti. Z ostatních celostátních voleb jsem vyloučil volby do Senátu kvůli formě hlasování, která není pro zkoumání této otázky příhodná. Volby do Evropského parlamentu nejsou v povědomí voličů tak pevně zakotveny a přímá volba prezidenta ČR proběhla zatím pouze jednou a je svým způsobem specifická.

Už na první pohled je vidět rozdíl mezi průzkumy a výsledky voleb. Agentura CVM předvídala v posledním průzkumu před volbami 2010 ČSSD o 8% více, než kolik strana získala ve volbách. Průzkum agentury Median ve stejném období uvádí zisk TOP 09 o 6% nižší, než byl skutečný zisk ve volbách. Více než pětiprocentní byl rozdíl i mezi posledním předvolebním průzkumem agentury STEM a skutečným volebním ziskem ČSSD v roce 2013. Menší, ne však méně významný byl rozdíl mezi průzkumem a výsledky voleb v případě KDU-ČSL. Agentura STEM před volbami 2013 prognózovala, že se strana do Parlamentu nedostane. KDU-ČSL nakonec získala 6,8% a stala se součástí koalice.

Předpokládaný cíl (max 1000 znaků):

Práce si klade za cíl ověřit přesnost předvolebních průzkumů, kterou posoudím na základě srovnání předvolebních průzkumů s výsledky voleb. Záměrem je rovněž nalezení příčiny odlišnosti volebních výsledků od předvolebních průzkumů.

Výzkumná otázka zní: Odpovídají výsledky voleb předvolebním průzkumům?

Ověřovat budu tuto hypotézu: Výsledky voleb se výrazně liší od předvolebních průzkumů.

Metodologie práce (max 1500 znaků):

analýza dat: předvolební průzkumy před volbami do Poslanecké sněmovny v letech 2010 a 2013
komparativní metoda: srovnání výsledků voleb do Poslanecké sněmovny v letech 2010 a 2013 s předvolebními průzkumy.

Základní charakteristika tématu (max 1500 znaků):

Otázka přesnosti a vypovídající hodnoty předvolebních průzkumů je problematická. Existují kvalitní studie, které vychází z precizní práce odborníků a jejich výsledky jsou nezbytnou zpětnou vazbou politické reality. Naproti tomu se v médiích objevuje řada méně profesionálních výsledků, jejichž nepřesnost může někdo zneužít k manipulování veřejnosti. Právě objektivita předvolebních průzkumů a jejich interpretace je zastřešujícím tématem mé práce. Jsou předvolební průzkumy nezbytným prvkem, bez kterého by se voliči neuměli správně rozhodnout? Může docházet ke zkreslování výsledků a jejich zneužívání? A jak velký je dopad činnosti agentur zabývajících se průzkumy veřejného mínění na výsledky voleb? Dle mého názoru poškozují tyto průzkumy ve spojitosti s pětiprocentní hranicí podmiňující vstup do Poslanecké sněmovny menší strany na úkor těch větších, což může vést k menší proměnlivosti reprezentace stran na půdě dolní komory Parlamentu. Efekt ale může být v některých případech i zcela opačný. V případě, že se těsně před volbami objeví nový politický subjekt usilující o hlasy voličů, který zvolí správnou strategii a osloví dostatečný počet občanů, bez předvolebních průzkumů se neobejde.

Předpokládaná struktura práce (max 1400 znaků):

- úvod: zdůvodnění výběru tématu, formulování hypotézy
- Jak probíhá předvolební průzkum
- Proč se mohou výsledky voleb lišit od přeolebních průzkumů? Pohled na problematiku ze sociologického hlediska.
- volby do Poslanecké sněmovny 2010: srovnání výsledků voleb s předvolebními průzkumy.
- volby do Poslanecké sněmovny 2013: srovnání výsledků voleb s předvolebními průzkumy.
- závěr: K jakému zjištění jsem došel? potvrdila se počáteční hypotéza?
- prameny
- přílohy

Základní literatura (10 nejdůležitějších titulů):

1. CHYTILEK, Roman. Volební průzkumy. In: BALÍK, Stanislav. Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 2010.
2. VINOPAL, Jiří. Povaha předvolebních průzkumů a jejich role v rozhodování voličů. Naše společnost. 2006, vol. 4, no. 1.
3. LEBEDA, Tomáš. Průzkumy volebních preferencí před volbami 2002: Srovnání výzkumů agentur CVVM, STEM a TNFS. Politologický časopis. 2003, no. 1.
4. BOON, Martin. Predicting elections. International Journal of Market Research [online]. 2012, 54(4), 465-483.
5. VINOPAL, Jiří. Zkoumání veřejného mínění. Praha, 2011. Studijní podklady. Laboratoř sociálně vědních výzkumů.
6. JERÁBEK, Hynek. Počátky Lazarsfeldovy politické sociologie - The People's Choice: Sociální deter6. JERÁBEK, Hynek. Počátky Lazarsfeldovy politické sociologie - The People's Choice: Sociální determinanty voličova rozhodování. Sociologický časopis online. 2000. vol 36, no. 1, s 67-81
7. LEBEDA, Tomáš. Problematiké aspekty výzkumů volebních preferencí: K problému korektní interpretace (před)volebních výzkumů. Sociologický časopis.
8. CHÁBOVÁ, Kristýna. Komparace metodických postupů předvolebních průzkumů agentur CVVM, ppm factum, Median a STEM. Naše společnost. 2013, vol. 11, no. 1.
9. KREIDL, Martin a Tomáš Lebeda. Pre-election polls, election results, and validity of measurement before the 2002 election. 1. vydání, Praha: Sociologický ústav Akademie věd České republiky.
10. ROTSCCHILD, David. Combining forecasts for elections: Accurate, relevant and timely. International Journal of Forecasting [online]. Srpen 2015.

Schváleno vedoucím práce dne: _____

Schváleno garantem/koordinátorem oboru dne: _____

podpis vedoucího práce

podpis garanta / koordinátora oboru

1. Úvod	2
2. Teoretická část	4
2.1. Jakou roli plní předvolební průzkumy v politickém prostoru?.....	4
2.2. Limity předvolebních průzkumů – co ovlivňuje jejich přesnost?.....	5
2.3. Metody – jakým způsobem vzniká předvolební průzkum?	10
2.4. Typy předvolebních průzkumů	12
2.5. Vliv na rozhodování voličů.....	14
3. Srovnání předvolebních průzkumů s výsledky voleb	18
3.1. Úvod.....	18
3.2. Metodologie	18
3.2.1. Proč tento typ voleb?	18
3.2.2. Proč tyto roky?	19
3.2.3. Co srovnávám a proč?	19
3.2.4. Proč tyto agentury?	20
3.3. Průzkum vs. volby	22
3.3.1. CVVM	23
3.3.2. Median	24
3.3.3. STEM	25
3.4. Metody	27
3.4.1. Soubor dotázaných	27
3.4.2. Výběrová chyba	28
3.4.3. Typ otázky	28
4. Kdy se voliči rozhodují?	28
4.1. 2010	28
4.2. 2013	30
5. Hodnocení agentur	33
6. Závěr	34
Použitá literatura	36

1. Úvod

Předvolební průzkumy jsou nedílnou součástí politického života. Jejich výsledky přinášejí nezbytné informace aktérům politické soutěže i občanům. Vliv předvolebních průzkumů na rozhodování voličů je sice obtížně měřitelný, především v souvislosti s pětiprocentní klauzulí je však bezpochyby nezanedbatelný. Proto je důležité být si vědom limitů předvolebních průzkumů a přistupovat k jejich výsledkům ne jako k jistému faktu, ale pouze jako k indiciím. Důkazem mohou být například předvolební průzkumy před volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR agentur CVVM a STEM. V obou případech došlo k nadhodnocení očekávaného zisku ČSSD o téměř 6 %. V předchozích volbách se agentura CVVM v odhadu zisku sociálních demokratů zmýlila dokonce o 8,5 % a agentura Median podcenila výsledek TOP 09 o 6 %.

Ověřit přesnost předvolebních průzkumů jejich srovnáním s výsledky voleb se pokusil již Tomáš Lebeda (2004) v kapitole *Výzkumy volebních preferencí v konfrontaci s volebními výsledky* zveřejněné v knize Jindřicha Krejčího (2004) *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Lebeda si pro účely svého výzkumu vybral případy voleb do Poslanecké sněmovny 2002, referenda o přistoupení k EU 2003 a voleb do Evropského parlamentu 2004. Autor ve svém srovnání zohledňuje také otázku přetížení tazatelské sítě. Celostátní průzkumy před poslaneckými volbami shledává více či méně přesné, avšak žádný z nich podle autora vyloženě nepropadl. Lebeda však kritizuje výsledky průzkumů realizovaných v jednotlivých krajích, které označuje za špatný experiment. V případech referenda o přistoupení k EU a voleb do Evropského parlamentu byly průzkumy dle Lebedova srovnání velmi nepřesné. Autor to však připisuje nezkušenosti agentur s tímto typem hlasování v souvislosti s nízkou volební účastí. Srovnáním předvolebních průzkumů s výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010 se mimo jiné v rámci publikace Stanislava Balíka (2010) *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010* zabývá Roman Chytilík (2010) v kapitole *Volební průzkumy*. Autor se v textu zaměřuje na standardy provádění a zveřejňování předvolebních průzkumů, rozebírá postupy jednotlivých agentur, dále zkoumá způsob, jakým o průzkumech informují média. V závěru tohoto textu vystavuje Chytilík data z předvolebních průzkumů srovnání s výsledky voleb a dochází k závěru, že „... žádná z agentur skutečně nezachytila pokles ČSSD ani vzestup TOP 09. V časové řadě, s výjimkou posilování VV, nenabídky průzkumy ani žádný trend. O něco úspěšnější byly agentury v odhadu možné vládní koalice, kde část průzkumů předpokládala, že koalice ODS, TOP 09 a VV, doplněná ještě o KDU-ČSL, získá nadpoloviční většinu mandátů.“ (Chytilík,

2010, s. 155-156) Autor však nevidí příčinu selhání předvolebních průzkumů na straně agentur. Tyto nepřesnosti jsou podle něj způsobeny rozhodováním voličů až těsně před volbami. Toto tvrzení je zde podpořeno i dvěma výzkumy.

Otázkou přesnosti předvolebních průzkumů se ve své bakalářské práci s názvem *Role a vliv předvolebních průzkumů na výsledek parlamentních voleb v ČR v roce 2010* zabývá i Miloš Štrojsa (2011). Vedle podrobné analýzy postupu a výsledků předvolebních průzkumů jednotlivých agentur autor rovněž podrobuje průzkumy srovnání s výsledky voleb, přičemž větší nepřesnosti odhaluje v případě ČSSD a TOP 09. Štrojsa zároveň podává vysvětlení těchto jevů. Jako příčinu uvádí tzv. absenční efekt v případě sociálních demokratů, resp. neukotvenost a rozhodování voličů na poslední chvíli v případě TOP 09. Také Kristýna Chábová (2011) se ve své bakalářské práci *Komparace metodických přístupů předvolebních průzkumů používaných v ČR* zabývá srovnáním předvolebních průzkumů s výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010. Autorka zde rovněž pomocí statistické metody porovnává údaje jednotlivých agentur mezi sebou. Výstupem její práce je hodnocení vybraných agentur na základě přesnosti jejich předvolebních průzkumů. Chábová ve své práci dospěla k závěru, že „... žádná z agentur, kromě mandátů agentury STEM, se signifikantně neliší svými výsledky od výsledků voleb. Přesto se o kvalitě průzkumů jednotlivých agentur nedají udělat závěry pouze z této analýzy, nedá se říct, zda výsledky jedné agentury jsou výrazně lepší než výsledky druhé agentury.“ (Chábová, 2011)

V teoreticky zaměřené části své práce se budu zabývat tím, jakou roli předvolební průzkumy plní, jaké jsou jejich limity a co ovlivňuje přesnost výsledků. Přiblížím také možné vlivy průzkumů na rozhodování voličů a rozeberu metody, které se během šetření využívají. Podívám se také na odlišnosti mezi jednotlivými typy předvolebních průzkumů. Zda odpovídají předvolební průzkumy výsledkům voleb, do jaké míry mohou být přesné, zda odráží realitu a jaké jsou jejich omezení, to je výzkumnou otázkou této práce. Vycházet budu z hypotézy, že limity předvolebních průzkumů jsou natolik velké, že není možné přesně změřit voličskou podporu jednotlivých stran a spolehlivě odhadnout výsledky voleb. Česká politická scéna i elektorát jsou nestabilní (Chytilík, 2010, s. 156), volbám obvykle předchází ostrá kampaň a čeští výzkumníci stále nemají dostatek zkušeností. To jsou hlavní důvody, které mě vedou k předpokladu, že se předvolební průzkumy výrazně liší od výsledků voleb. Cílem této práce je zjistit, jak se daří výzkumníkům vypořádat se se všemi nástrahami, které jsou předvolebním průzkumům kladeny do cesty. Jako metodu jsem zvolil srovnání předvolebních průzkumů agentur CVVM, STEM a Median s výsledky voleb do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR v letech 2010 a 2013.

2. Teoretická část

2.1. Jakou roli plní předvolební průzkumy v politickém prostoru?

Předvolební průzkumy pomáhají vytvářet prostředí pro politickou soutěž a přispívají k úrovni demokracie. Vliv těchto průzkumů je však závislý na jejich kvalitě. Průzkum, jehož údaje jsou výrazně nespolehlivé, ať už z důvodu chybného zpracování, dezinterpretace výsledků nebo záměrné manipulace, zkrátka nemůže být pozitivním přínosem pro demokracii. (Krejčí, 2004, s. 32)

Významu voleb pro demokratickou společnost odpovídá i zvědavost a potřeba znát jejich výsledky předem. Univerzálním nástrojem používaným k odhadování jejich výsledků se stala výběrová dotazníková šetření reprezentativní pro celou dospělou populaci, která jsou nejrozšířenější metodou používanou k měření volebních preferencí. Tato metoda se ujala po úspěchu George Gallupa a jeho výzkumného programu, který na základě reprezentativního výběru několika tisíc respondentů správně předpověděl vítězství Franklina D. Roosevelta v amerických prezidentských volbách v roce 1936. Za favorita byl však považován Alfred M. Landon. Redakce časopisu *Literary digest* rozeslala 10 milionů anketních lístků, na jejichž základě předvídala vítězství Landona o 14 % hlasů, přičemž ve volbách nakonec zvítězil Roosevelt se ziskem 63 %. Anketa časopisu *Literary digest* byla zcela nerepresentativní, neboť výběr respondentů probíhal na základě telefonních seznamů a automobilových registrací, čímž byl vzorek výrazně odchýlen ve prospěch majetnějších vrstev. Tehdy se poprvé ukázalo, že výběrová šetření založená na pravidlech počtu pravděpodobnosti jsou přesnější a efektivnější než rozsáhlé, velmi nákladné, ale méně sofistikované projekty a metoda výběrových šetření získala značnou mediální podporu. (Krejčí, 2008, s. 111-112) Po druhé světové válce se výzkumy veřejného mínění ve velkém měřítku rozšířily i v Evropě jako součást plánů vlády Spojených států na obnovu demokracie, a to včetně tehdejšího Československa, kde došlo v roce 1946 k založení kontinuálního programu šetření Československého ústavu pro výzkum veřejného mínění.

Předvolební šetření přinášejí aktérům politické soutěže, soupeřícím politickým subjektům i občanům shrnující údaje o postojích uvnitř elektorátu, o síle jednotlivých politických subjektů a o úspěšnosti strategií realizovaných v politické soutěži. Průzkumy zprostředkovávají zpětnou vazbu mezi politiky a voliči, která však funguje kontinuálně, tedy i v době, kdy je k dalším volbám daleko. Zastávají funkci komunikace mezi lidmi a vládou s potenciálem zprostředkovat občanům vliv na rozhodování a přispět k legitimitě politiky.

Již George Gallup byl přesvědčen, že výzkumy mohou přispět k efektivnější a odpovědnější vládě. Nejedná se o pouhý indikátor veřejného mínění, ale předvolební průzkumy se stávají nástrojem demokracie, který v soutěži o vliv na rozhodování vlády mezi zájmovými skupinami a občany stojí na straně občanů. Výzkumy tak mají mít potenciál přispět k decentralizaci moci z politických elit k lidem. (Krejčí, 2008, s. 114)

Předvolební průzkumy slouží při formulaci politik jako zdroj informací o hodnotách a zájmech elektorátu, na jejichž respektu je založeno získávání nebo udržování politické moci, a jsou politickými stranami a skupinami využívány při vytváření své strategie. Průzkumy jsou navíc indikátorem fungování demokracie, neboť se uplatňují pouze tam, kde je funkční politická soutěž, což dokládá Henn (1998, s. 21-41) na základě analýzy různých politických systémů.

2.2. Limity předvolebních průzkumů – co ovlivňuje jejich přesnost?

Výsledky předvolebních průzkumů jsou dnes běžnou součástí života demokratických společností a své uplatnění nacházejí v odborných analýzách, společenských vědách, ve zpravodajství a veřejnosti slouží jako zdroj zábavy. Vzhledem ke svému nespornému významu jsou však tyto průzkumy často předmětem kritiky. Vedle nepřesnosti výsledků jim bývá vytýkán i negativní dopad na politickou soutěž nebo možnost zneužití v podobě manipulace s výsledky. Preventivním opatřením je tak zákaz publikování výsledků průzkumů těsně před volbami, kdy již není prostor pro nápravu negativních dopadů (Česko, 1995). Někteří odborníci se však domnívají (například Krejčí, 2008, s. 119), že zakazování legitimních informačních zdrojů, na které mají občané v demokracii nezadatelné právo, není rozumné. Mnohem užitečnější by bylo zaměřit se na zajištění nezávislosti a kvality výzkumů.

Z logických důvodů není možné během zkoumání veřejného mínění oslovit každého občana. Šetření probíhají vždy pouze na vzorku populace. Vychází se zde přitom z předpokladu, že pokud vybereme skupinu, která svým složením odpovídá struktuře celé populace, budou výsledky dostatečně reprezentativní a je možné je vztáhnout na celou populaci. Každý procentuální údaj vyplývající ze sociologického průzkumu je však nevyhnutelně zatížen statistickou chybou. Tato nepřesnost měření automaticky vyplývá z faktu výběru několika stovek respondentů ze souboru několika milionů obyvatel.

Výběrová chyba se u dostatečně rozsáhlých šetření pohybuje obvykle v rozsahu 1 až 3 %.¹ Toto rozmezí však stanovuje velikost chyby pro naměřenou podporu jednoho politického subjektu. Tříprocentní rozdíl mezi stranami nebo mezi výzkumnými organizacemi ještě nutně neznamená, že by strany měly odlišnou podporu, nebo že by se výsledky dvou agentur lišily (Vinopal, 2006, s. 4). Velmi specifická je situace, kdy se preference daného politického subjektu pohybují okolo pětiprocentního prahu pro vstup do parlamentu. Například v případě hypotetického výběru 1 000 dotázaných u stran se zjištěnou podporou 5 až 10 % se skutečná hodnota s 95 % pravděpodobností pohybuje v intervalu $\pm 1,5$ až 2 % od zjištěné hodnoty. Naměřený údaj pak neumožňuje spolehlivě rozhodnout, zda strana získá 18 mandátů nebo žádný (Krejčí, 2004, s. 26).

Aby bylo šetření reprezentativní, musí být počet dotázaných respondentů vzhledem k rozmanitosti studovaných jevů dostatečný. Neexistuje však obecné pravidlo, které by stanovilo, jak velký má vzorek být. Jeho velikost ovšem ovlivňuje výpočet výběrové chyby. Tyto dva jevy jsou na sobě závislé. „S rostoucím počtem respondentů se chyba nejprve rychle zmenšuje, pak ale dochází k zaoblení křivky a efekt provedení dalších rozhovorů je již malý.“² (Krejčí, 2008, s. 140) Podle doporučení asociací ESOMAR a WAPOR týkajících se přímo předvolebních průzkumů by měl být vzorek složen alespoň z 1 000 respondentů. V situaci, kdy se očekává těsný rozdíl mezi dvěma stranami, by měl výběr tvořit 1 500 až 2 000 dotázaných (Krejčí, 2008, s. 141).

Důležitým předpokladem úspěšného předvolebního průzkumu je také samotná politická situace a stabilita elektorátu. Výhodou je konsolidovaný stranický systém bez přílišných zvrátů a překvapení a stabilizovaná volební účast. K úspěšnému odhadu volebního výsledku je klíčové přesně identifikovat, jaký soubor voličů se k volbám dostaví. Tedy jaké charakteristiky bude mít segment skutečných voličů. Zjednodušeně lze říci, že při malé účasti profitují strany s nejdisciplinovanějšími voliči. S rostoucí účastí by se v souboru měl zvyšovat podíl stran s méně disciplinovanými voliči (Lebeda, Krejčí a Leontiyeva, 2004, s. 63). Velkou překážkou jsou nerozhodnutí voliči. Těžko lze přesněji odpovědět na otázku, v jakém poměru dojde k rozdělení hlasů v této skupině a kolik z nich nakonec k volbám skutečně dorazí. Pouze díky zkušenostem z předchozích let jsou agentury do jisté míry

¹ Jedná se o tzv. konfidenční interval, ve kterém se s určitou pravděpodobností pohybuje skutečná hodnota. Jeho stanovení předpokládá použití pravděpodobnostního výběru (viz kapitola *Metody-jakým způsobem vzniká předvolební průzkum?*). Výpočet zpravidla zohledňuje jen chybu výběru. Celková chyba šetření zahrnuje i další omyly.

² Křivka závislosti výběrové chyby na počtu dotázaných má charakter exponenciální funkce.

schopny předpovědět, které strany dokáží na poslední chvíli získat hlasy nerozhodnutých voličů.³

Pro účely ověření přesnosti předvolebních průzkumů se nabízí jejich srovnání s výsledky voleb. Tato na první pohled jednoduchá metoda se však musí vyrovnat s komplikovaným aspektem. Především vlivem volební kampaně dochází k rozhodování voličů postupně. Pokud se údaje plynoucí z předvolebního šetření liší od výsledků voleb, není to automaticky důkaz o chybnosti tohoto průzkumu, neboť výsledky průzkumů informují o podpoře v okamžiku sběru dat. To, že se může tato podpora v průběhu času měnit, je přirozené. Měřit tyto změny v podpory je právě úkolem předvolebních průzkumů. Rozlišit mezi nepřesností ve výsledcích šetření a prostou změnou podpory je však velmi obtížné. Přesnost předvolebních průzkumů je tedy ovlivněna především časovým rozstupem od nadcházejících voleb. Postoje voličů se utvářejí do poslední chvíle před volbami a jejich podpora jednotlivým politickým subjektům bývá nestálá. Řada lidí se o volby začne zajímat až během kampaně a v době šetření, která probíhají dříve, ještě nejsou rozhodnutí, komu dají svůj hlas. Mnoho voličů také mění své rozhodnutí na poslední chvíli, neboť v předvolebním období dochází k řadě událostí a stupňuje se tlak cílený na změnu volebního chování.⁴

Nestálost postojů českého elektorátu, který zahrnuje vysoký počet nerozhodnutých a v jehož rámci často dochází k významným změnám stranických preferencí a ochoty k volební účasti patří k výrazným faktorům s negativním dopadem na přesnost předvolebních průzkumů (Krejčí, 2004, s. 28). „Možnost připravit přesnou předpověď z dat aktuálních preferencí kriticky závisí na pevnosti utvořených postojů. Permanentní změny volebních postojů a míra tohoto jevu bývá označována pojmem volatilita.“ (Krejčí, 2008, s. 122)

Bradová a Lebeda (2007, s. 112) hovoří o tom, že jsou čeští voliči v současnosti méně politicky angažováni a jsou ve svém volebním výběru nezávislejší. Tomu odpovídá trend poklesu počtu stabilních stoupců stran, kteří se nenechají ovlivnit volební kampaní. Logicky naopak stoupá počet nerozhodnutých voličů, kteří se o své volbě rozhodují až v průběhu volební kampaně. Dochází tak k posílení významu kampaně, jejíž cílem je získat nerozhodnuté voliče na svou stranu, v ideálním případě „přemluvit“ voliče jiné strany, což značně ztěžuje úlohu výzkumníkům z agentur zabývajících se předvolebními průzkumy.

³ Ve volbách do Poslanecké sněmovny 2006 se nerozhodnutí voliči nadprůměrně přikláněli ke SZ, SNK-ED a ostatním neparlamentním stranám. 15,3 % ze všech nerozhodnutých voličů nakonec hlasovalo pro SZ. 64 % elektorátu SNK-ED tvořili nerozhodnutí voliči. (Bradová a Lebeda, 2007, s. 124-125)

⁴ více v kapitole *Kdy se voliči rozhodují?*

Důležitým předpokladem pro kvalitu předvolebních šetření je tradice a zkušenost. Rozvoj předvolebních průzkumů na našem území byl zadušen ihned v zárodku po únorovém převratu. K obnovení této disciplíny došlo opět až s pádem komunistického režimu. České předvolební průzkumy tak v tomto ohledu značně zaostávají. Výzkumníci v západních demokraciích čerpají z dlouhé a především nepřerušené historie, která jim poskytuje bohatý materiál ke sledování volebního chování občanů. Dlouhá tradice demokratických voleb v těchto zemích poskytla výzkumníkům desítky příležitostí ke sledování vztahu politických preferencí respondentů průzkumu a skutečných výsledků voleb. Sociologové měli možnost pozorovat, jak politická angažovanost, síla stranické identifikace, síla přesvědčení o volbě strany a další aspekty ovlivňují konečné rozhodnutí voliče. Na základě takových analýz může být následně vytvořen odhad volebního výsledku. Takový model je odzkoušen na množství reálných voleb a díky nim je také průběžně optimalizován. „Je jasné, že vytvoření, odzkoušení a optimalizace takového modelu není otázkou jednoho odpoledne nad daty ani otázkou jedněch voleb. Kvalitní nástroj pro předpověď volebního chování vzniká v průběhu mnoha (spíše desítek) let a ke svému ověřování potřebuje zkoušku řady reálných volebních situací. Přinejmenším z tohoto důvodu je pravděpodobné, že historie svobodných voleb v České republice prozatím nepostačuje k vyladění skutečně kvalitního nástroje pro předpověď volebních výsledků.“ (Vinopal, 2006, s. 3) V každé zemi je přitom odlišný politický systém, jiná kultura a principy volebního chování. Není tedy možné aplikovat některý z modelů volební prognózy vytvořené v západních zemích.

Vzhledem k náročnosti předvolebních průzkumů, která je dána velkým počtem politických stran a snahou přiblížit dotazování volební situaci, je tento druh šetření zpravidla založen na osobním standardizovaném rozhovoru tazatele s respondentem. Agentury proto musí mít k dispozici svou tazatelskou síť spolupracovníků rozloženou rovnoměrně ve všech regionech a sídlech různé velikosti. Organizace této sítě jako celku a schopnosti jednotlivých tazatelů mají na kvalitu šetření zásadní dopad. Důležitým předpokladem kvalitních šetření je tedy úroveň výzkumné struktury, která se neobejde bez dlouhodobého budování. To obnáší pravidelný výcvik tazatelů a testování jejich schopností. Důraz musí být kladen na vhodné rozmístění a složení sítě, důležitá je také pravidelná komunikace mezi agenturou a tazateli, způsob odměňování, kontroly atd. Agentury musí také brát ohled na aktuální zatížení svých tazatelů řešenými úlohami. S blížícími se volbami stoupá mediální zájem o předvolební průzkumy a počet šetření markantně stoupá. Průzkumy jsou prováděny v časové tísní, čímž dochází k zatížení tazatelů a zmenšuje se prostor pro kontrolu jejich výkonu. Z tohoto důvodu bývá pravděpodobnost výskytu chyby v průzkumech v období těsně před

volbami vyšší, což ukazují i Lebedovy (2003) analýzy. Stejně jako respondenti, i tazatelé jsou členy společnosti, která je předmětem zkoumání. Je tedy logické, že i oni mají vlastní názory, a proto je také velmi důležité, aby byly v rámci tazatelské sítě zastoupeny různé skupiny lidí, čímž jsou redukována systematická vychýlení způsobená vlivem tazatelů na dotazované respondenty. To s sebou však nese nárůst nákladů na realizaci výzkumů, neboť je nutné nabídnout pracovní a platové podmínky přijatelné pro širokou skupinu populace. Pokud se některá agentura snaží ušetřit finanční náklady tím, že v rámci své tazatelské sítě zaměstnává pouze některé skupiny lidí (např. studenty a důchodce), bude tato skutečnost pravděpodobně zdrojem výrazných nepřesností ve výsledcích její práce. Pravidla sdružení SIMAR stanovují pro agentury povinnost vstupního školení tazatelů, provést testovací dotazování před vstupem tazatele do výzkumného procesu, distribuce manuálů pro tazatele a evidence a řádného označení tazatelů. (Krejčí, 2008, s. 149)

Potenciální zdroj nepřesnosti výsledků předvolebních průzkumů představuje především samotný měřicí nástroj – tedy dotazník. Ty se mohou skládat buď z otevřených nebo uzavřených otázek (případně kombinace obou druhů). Vliv na přesnost měření přitom hraje i znění otázky a v případě uzavřených a polouzavřených otázek rozhoduje i nabídka odpovědí a to, zda obsahuje možnost „nevím“. Výsledek může do jisté míry ovlivnit i použití některých vizuálních pomůcek (karty apod.) během dotazování. Projevit se může také vystupování tazatelů, jejich neutralita při kladení otázek a zdrženlivost v reakcích na odpovědi. Důležitým předpokladem je také neznalost tazatele a respondenta, pravidlo uskutečnění pouze jednoho rozhovoru v domácnosti a vyloučení opakovaných dotazování jedné osoby. Rozhodující je pak správné zpracování takto získaných dat v agentuře.

Zásadní okolnost ovlivňující výsledky šetření představuje ochota veřejnosti se výzkumu zúčastnit a zda se povede vyhledat a zastihnout vybrané respondenty. Reprezentativa výzkumu je závislá v první řadě na velikosti sebraného vzorku a variabilitě rozložení zkoumaného jevu v populaci. Proto je důležité, aby byly všechny skupiny s různým vztahem ke sledovanému jevu vyšetřeny v odpovídajícím množství. Svou roli v přesnosti průzkumů také hraje rozdíl mezi dotazováním a samotnými volbami, ve kterých své rozhodnutí nikomu nesdělujete, ale hlasujete tajně. Zatímco v předvolebním šetření se lidé rozhodují spíše podle svých osobních sympatií, skutečné volby je mohou donutit ke složitějšímu kalkulu zahrnujícímu úvahy o možnostech sestavení budoucích koalic (Eibl, 2006, s. 105).

Z hlediska přesnosti předvolebních průzkumů bývá rozhodující nakonec i volební účast, která je ovlivněna i zdánlivými maličkostmi, jako je počasí ve volebních dnech či souběžně konané jiné významné události. Projevit se mohou také specifika volebního systému.

Nezanedbatelný vliv na to, do jaké míry jsou výsledky předvolebních průzkumů shodné s výsledky voleb, má počet a velikost volebních obvodů a také způsob přepočtu volebních výsledků na mandáty. Přestože jsou průzkumy obvykle schopny poměrně přesně zjistit celkovou podporu stran v zemi, odhad složení parlamentu bývá problematický, protože je určován ziskem politických stran v jednotlivých obvodech samostatně. Čím více je obvodů a čím menší jsou, tím obtížnější je vytvořit přesný předvolební průzkum. (Krejčí, 2004a, s. 27)

Zásadní vliv na kvalitu předvolebních průzkumů a přesnost jejich výsledků má i funkčnost tržního prostředí. Důležitým předpokladem je proto dostatečná konkurence a volná soutěž, které představují pojistku proti záměrnému zkreslování publikovaných výsledků. Tržní prostředí tak brání zneužívání výsledků k manipulaci voličů a přispívá tak i ke kvalitě demokracie.

Hlavním odběratelem výsledků předvolebních průzkumů jsou média, která je zprostředkovávají veřejnosti. Na základě těchto šetření dochází v období mezi volbami k inscenaci jakýchsi permanentních kvazivoleb, čímž se původně periodický volební proces transformuje do kontinuálního. Prevencí různých druhů chyb ve výsledcích šetření je důsledná organizace, která však vyžaduje čas. Tvůrci průzkumů jsou však médiu nuceni k rychlé práci, protože významnou hodnotou dobré zprávy je její aktuálnost, a přednost proto dostávají rychlé a nenáročné metodiky, což má dopad na přesnost výsledků. (Krejčí, 2008, s. 123)

2.3. Metody – jakým způsobem vzniká předvolební průzkum?

Zcela zásadní roli s ohledem na přesnost předvolebních výzkumů hraje reprezentativa. Šetření je provedeno na vybraném vzorku respondentů, který musí svým složením odpovídat celé populaci. Pro účely předvolebních průzkumů je nejčastěji využívána nepravděpodobnostní metoda tzv. kvótního výběru, která se opírá o statistické údaje a charakteristiky populace. Kvóty pro výběr dotazovaných jsou stanoveny tak, aby proporčně odpovídaly celkové populaci. Obvykle se jedná o sociálně-demografické charakteristiky, jako jsou pohlaví, věk, vzdělání, region nebo ekonomické aktivity. Na základě toho pak tazatelé oslovují přesně stanovený počet lidí určených charakteristik. Výběr konkrétního respondenta v rámci takto stanovených pravidel je ponechán více méně na tazatelích. Na rozdíl od pravděpodobnostní metody (viz níže) tedy nejdou za konkrétní vybranou osobou, pouze musejí naplnit přidělené kvóty rozhovory s lidmi odpovídajících

charakteristik. Obvykle jsou však nastavena i další pravidla, např. jak často je dovoleno dotazovat jednu osobu nebo kdy dotazování provádět. Pečlivé stanovení kvót je tak nezbytnou podmínkou pro dosažení vysoké míry adekvátnosti mezi vybraným vzorkem respondentů a celkovou populací. Tato metoda je spíše než na vědeckém postupu založena na úvaze, zkušenosti a dlouholetém ověřování v praxi.

Dalším možným způsobem, jak realizovat průzkum veřejného mínění, je pravděpodobnostní metoda, která je založena na matematických zákonech počtu pravděpodobnosti. Konkrétní respondenti jsou z cílové populace vybráni v souladu s principy náhodnosti. Za pravděpodobnostní jsou považovány jen takové postupy, při kterých je možné určit pravděpodobnost výběru pro všechny jednotky populace. Reprezentativita pravděpodobnostního výběru je zajištěna pomocí vědecky ověřených zákonitostí statistiky a matematiky (Krejčí, 2004, s. 74). Tato metoda bývá odborníky považována za přesnější, nicméně její realizace je zdatelně dražší a časově náročnější.

Kvótní metoda výběru při průzkumech veřejného mínění je populárnější především kvůli požadavkům médií, které jsou hlavním odběratelem těchto průzkumů, na aktuálnost informací. Výsledky kvótního šetření jsou k dispozici řádově v horizontu několika dní od začátku terénního šetření, zatímco průzkum realizovaný pravděpodobnostní metodou zabere několik týdnů. U kvótního typu výběru je stěžejní aktuálnost informací o složení populace. Tato metoda může být navíc ovlivněna nahrazováním respondentů, kteří nejsou doma nebo odmítají odpovídat. Přesnost kvótního výběru také závisí na práci samotných tazatelů, kteří mají vybírat respondenty podle vlastního soudu tak, aby splnili stanovený počet rozhovorů.

Pro realizaci kvalitního pravděpodobnostního výběru je zapotřebí mít k dispozici co nejkompletnější seznam jednotek populace, ze kterého je možné náhodně vybírat, což představuje značnou překážku. V praxi se proto obvykle používá tzv. vícestupňový výběr, který kombinuje více na sebe navazujících výběrových kroků. Nejprve se náhodně vybírají větší celky (geografické oblasti) a v závěrečném kroku teprve cílové jednotky dotazování (domácnosti nebo jednotlivci). Tento postup je však poměrně finančně a organizačně náročný.

Při vytváření volebních výzkumů je v teorii jasně doporučována aplikace pravděpodobnostní metody. Vzhledem k výše popsaným okolnostem je však ve většině případů upřednostňována metoda kvótního výběru. Po zohlednění všech okolností je tato metoda považována za nejen přípustnou, ale i vhodnou. To však platí pouze v případě, že se během šetření postupuje s důrazem na kvalitu v každém kroku. „Kvótní výběr je používán od počátku výzkumu veřejného mínění a dosud patří k základním postupům i v zemích

s vyspělou úrovní sociálního výzkumu. Postup proto můžeme považovat za prověřený.“ (Lebeda a Krejčí, 2007, s. 41)

2.4. Typy předvolebních průzkumů

Při interpretaci předvolebních průzkumů je velmi důležité rozlišovat mezi jejich jednotlivými typy. Výzkumné agentury obvykle vycházejí ze stranických preferencí, jejichž výsledky zahrnují odpovědi všech dotázaných. Tedy nejen těch, kteří v dotazníku zvolili konkrétní stranu a kteří jsou o její volbě přesvědčeni, ale i těch, kteří si svou volbou zatím nejsou jisti. Výsledky stranických preferencí rovněž zanedbávají, zda se daný respondent plánuje voleb zúčastnit, či nikoliv. Ze stranických preferencí tedy nelze dělat žádné závěry s ohledem na výsledky voleb. Tento typ průzkumu ani nemá ambici sloužit jako předpověď či odhad volebních výsledků. Informuje pouze o obecných politických postojích. Přinášejí tak cenné informace o náladě společnosti především v mezivolebním období.

Voličské preference přinášejí údaje o aktuální podpoře jednotlivých stran mezi lidmi, kteří se chystají k volbám. Soubor dotázaných tedy tvoří všichni, kteří svou účast u voleb nevyloučili, včetně těch, kteří se ještě nerozhodli, kterou stranu budou volit. Vyloučení z výpočtu tak jsou pouze ti, kteří deklarovali, že se voleb nezúčastní. Protože tento výzkum zahrnuje i nerozhodnuté, je ve srovnání s volebním modelem (viz níže) procento podpory pro danou stranu nižší.

Dalším výstupem těchto šetření je volební model. V tomto případě se již jedná o simulaci výsledků voleb v daném okamžiku a při jejich vytváření se vychází ze stranických preferencí, zohledňuje se však i nerozhodnost voličů a neochota některých z nich jít k volbám. Při vytváření volebních modelů vychází agentury ze zkušeností z předchozích voleb a data mohou být upravována s cílem odstranit zkreslující faktory. K tomu pomáhá také znalost vlivů různých druhů událostí na vývoj preferencí, zároveň se tvůrci snaží zmapovat rozdíly mezi dřívějšími výsledky průzkumů a skutečnými výsledky voleb. Protože se v tomto případě jedná o odhad výsledku voleb, představuje volební model vítaný informační materiál stranám i voličům především v době předvolební kampaně.

Největší vliv na odlišnost mezi volebním modelem a stranickými preferencemi má podíl nevoličů na preferencích jednotlivých stran. Pokud je většina příznivců některé ze stran odhodlána k volební účasti, dosáhne tato strana následně lepšího výsledku než strana, která měla sice podobné stranické preference, ale její příznivci se dostavili k volbám v menší míře. Stranické preference jsou v takovéto podobě obtížně interpretovatelné.

Posledním typem průzkumu je takzvaný exit poll. V tomto případě jsou však respondenti dotazováni až při odchodu z volebních místností.⁵ Velkou výhodou s ohledem na přesnost zde hraje fakt, že se v souboru dotázaných vyskytují pouze ti, kteří se voleb zúčastnili. Je tak odstraněn problém s respondenty, kteří nevědí, zda se voleb zúčastní a/nebo kterou stranu budou volit, se kterým se musí ostatní průzkumy vypořádat. Cílový soubor respondentů je navíc v tomto případě velmi snadno a téměř kompletně zachytitelný. Lze tak snadněji než v ostatních případech využít pravděpodobnostní metody, a to bez potřeby opory. Za takových okolností lze rychle provést velké množství rozhovorů s minimálním zvýšením nákladů a soubor respondentů je tedy obvykle řádově větší než u běžných výzkumů, čímž se snižuje riziko chybovosti. Dotazování probíhá prakticky ve shodném čase se samotnou volbou, čímž se rovněž snižují další možné negativní vlivy na výsledky průzkumu. Specifikem těchto průzkumů je jejich načasování. Protože jsou výsledky známy až po uzavření volebních místností, nejsou na rozdíl od předchozích typů průzkumů přínosem pro voliče. Takto zjištěné informace však hojně využívají především televizní volební studia. Tato data jsou velkým přínosem i pro sociální vědce a politické analytiky. Obsahují totiž mnoho dalších charakteristik dotázaných, jejichž analýza může přinést zásadní poznatky o „složení elektorátu jednotlivých stran, o tom, jak volily různé společenské skupiny, o přesunech podpory vzhledem k minulým volbám a o dalších charakteristikách rozhodování voličů.“ (Krejčí, 2008, s. 133)⁶

Abychom byli schopni vyčíst z předvolebních průzkumů skutečně relevantní informace, je třeba věnovat zvýšenou pozornost tomu, ze kterého typu průzkumu vycházíme. Každé z těchto typů šetření vychází z jiného celku, což značně ovlivňuje výsledky. Při zveřejňování výsledků je tedy velmi důležité poskytnout i informaci o tom, o jaký typ průzkumu se jedná. Toto pravidlo bohužel není v českých médiích (především v minulosti) striktně dodržováno. Otázkou zůstává, zda je tomu tak z nedostatku profesionality nebo se jedná o záměr s cílem ovlivnit veřejné mínění. Záměrná zkreslování mohou být také motivována honbou médií za senzaci a napínavějším zpravodajstvím. Příkladem je situace před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2006, kdy média informovala o poklesu preferencí KDU-ČSL pod pětiprocentní hranici. Tyto zprávy se však nezakládaly na pravdě, neboť došlo k záměně stranických preferencí s volebním modelem. Agentura STEM naměřila v souboru všech oprávněných voličů podporu lidovců 4,9 %. Ve volebním modelu však KDU-ČSL dosáhla

⁵ Anglický termín exit-poll znamená „průzkum u východu“ (Krejčí, 2008, s. 132).

⁶ Dotazník obsahuje řadu otázek na předchozí volební chování, postoje, sociodemografické charakteristiky apod.

na 6,2 %. Tento omyl byl však vyvrácen volebními výsledky. Strana obdržela 7,22 % hlasů. Krejčí (2008, s. 162) se však domnívá, že s ohledem na vnímání pětiprocentní podpory jako hranice volitelnosti byl dopad uvedených dezinformací na rozhodování voličů významný a vedl k poklesu počtu hlasů pro KDU-ČSL. Jinými slovy, pokud by nedošlo k této záměně, mohla strana obdržet ve volbách větší podíl hlasů.⁷

2.5. Vliv na rozhodování voličů

Veřejnost je předmětem zkoumání předvolebních průzkumů, ale současně i odběratelem výsledků. Průzkum tedy není jen nástrojem na zjišťování veřejného mínění, ale do určité míry se může podílet i na jeho utváření. Jedním z cílů, které si předvolební průzkumy kladou, je přinést voličům informace, podle nichž se mohou důkladněji rozhodnout, komu nakonec dají svůj hlas. Jaký vliv mohou mít výsledky předvolebních průzkumů na rozhodování voličů?

Psychologický efekt pětiprocentní uzavírací klauzule je zdrojem strategického hlasování a ovlivňuje výběr strany u části voličů. Zkušenost s propadnutím hlasů odevzdaných stranám, které tuto hranici nepřekročí, vede voliče k volbě strany s větší šancí na vstup do Poslanecké sněmovny. Dlouhodobě etablovaná uzavírací klauzule způsobuje postupný odklon voličů od malých stran. Patrné je to i z dlouhodobého poklesu podílu propadlých hlasů. Vodítkem v tomto rozhodování jsou předvolební průzkumy, čímž stoupá jejich význam. (Lebeda, 2007, s. 17-18) Pokud se strategicky uvažující volič domnívá, že strana, kterou měl v úmyslu volit, nemá velkou naději překročit ve volbách pětiprocentní klauzuli, pravděpodobně se zachová podle *second best principle* a z obezřetnosti před propadnutím svého hlasu bude volit stranu s lepšími vyhlídkami na volební výsledek (hovoříme také o tzv. *wasted vote efekt* či *gilotinovém efektu*). (Eibl, 2006, s. 99)

K rozhodnutí volit jinou než primárně preferovanou stranu může dojít také v případě, že se volič domnívá, že tato strana nebude po volbách disponovat legislativní většinou. V takovém případě se volič snaží zajistit vládní pozici původní strany tím, že ve volbách hlasuje pro stranu, se kterou jeho preferovaná strana může po volbách spolupracovat.

Existuje několik různých modelů vlivů předvolebních průzkumů na rozhodování voličů. Jedním z nejznámějších je *bandwagon effect*, podle kterého mají lidé tendenci přiklonit se k té straně, která se ve výzkumech jeví jako pravděpodobný vítěz. Tento model bývá

⁷ viz kapitola *Vliv na rozhodování voličů*

nejčastěji dáván do souvislosti právě s pětiprocentní hranicí. Výsledkem je odliv voličů od strany, která se zdá být bez šance na vstup do parlamentu, ke straně, která má podle průzkumů lepší vyhlídky. Tento model rozhodování tedy posiluje strany, které se v předvolebních průzkumech drží nad pětiprocentní hranicí. Tomuto nahrává i moment, kdy si volič není jistý vlastním názorem a raději se přikloní k většinovému názoru.

Opačný přístup představuje *underdog effect*. Tento model popisuje chování voličů tak, že úmyslně pomáhají slabším politickým stranám. Pro některé voliče přestává být strana překročením prahu volitelnosti zajímavá a raději dají svůj hlas jiné malé straně, aby jí pomohli na vyšší příčky. (Vinopal, 2006, s. 6)

Reakcí na předpověď výsledku, který velká část populace považuje za nepříznivý, může být situace, kterou Jindřich Krejčí (2004, s. 19) označuje jako mobilizaci hlasů. Důsledkem takového jevu může být rozhodnutí jít k volbám nebo změna podpory ve prospěch strany, která představuje efektivnější řešení. Takovým impulsem může být například vysoký podíl hlasů pro kandidáta reprezentujícího extrémní postoje (např. prezidentské volby ve Francii v roce 2002, kdy do druhého kola postoupil Le Pen). Naopak absenční efekt představuje moment, kdy dochází k přesunu preferencí ke stranám, které se ve výzkumech jeví jako slabší. To je běžné především v zemích s většinovým volebním systémem (Velká Británie). Tento efekt však může nastat i v zemích s poměrným volebním systémem jako důsledek obavy z příliš silné vlády jedné strany. (Krejčí, 2004, s. 19)

Výsledky předvolebních průzkumů mohou do jisté míry ovlivňovat rozhodování voličů, i pokud jde o účast u voleb. Pokud jsou rozdíly mezi stranami v průzkumech velké a zdá se, že je o vítězi voleb rozhodnuto, může se část voličů rozhodnout voleb neúčastnit. To se týká především voličů té strany, která podle průzkumů nemá šanci na vítězství. Tito voliči tak nabydou dojmu, že jejich jeden hlas není schopný nepříznivou situaci změnit a k volbám nejdou. Podobně však mohou uvažovat i voliči favorizované strany, kteří se domnívají, že vítězství jejich strany je nezvratné. Pokud panuje dlouho před volbami přesvědčení o nezvratném volebním výsledku, může dojít k demobilizaci obou skupin (Eibl, 2006, s. 101). Pokud se tento efekt projeví pouze u voličů favorizované strany a voliči strany, která v průzkumech ztrácí, naopak posílí své odhodlání zúčastnit se voleb, může dojít ke zvratu ve výsledcích voleb. Podávání obrazu o „rozhodnutých volbách“ vede k oslabení účasti nerozhodnutých voličů, kteří nemají pocit, že by jejich hlas mohl něco změnit. Opačný efekt – *mobilizační* – nastává v případě, že jsou preference dvou nebo více stran vyrovnané. Voliči nabývají přesvědčení, že každý hlas může být důležitý a motivace pro účast ve volbách stoupá.

Jiří Vinopal (2006) se zamýšlí nad souvislostmi mezi tím, jakou roli při rozhodování voličů hraje pětiprocentní hranice a teorií spirály E. Noellové-Neumanové. Ta říká, že ve společnosti získávají na důležitosti a důvěryhodnosti ti, kteří mluví a o kterých je mluveno a ti, kteří mlčí a je o nich mlčeno, naopak ztrácejí. A právě například překročením pětiprocentní hranice v průzkumu se může strana dostat do sféry „mluvení“ – mluví se o ní a současně je jí dán prostor, aby se sama veřejně vyjadřovala. Naopak poklesem pod tuto hranici se strana ocitne ve sféře „mlčení“. Tomu však neodpovídá situace KDU-ČSL před volbami do Poslanecké sněmovny v roce 2006. Lidovci se v průzkumech dostali pod pětiprocentní hranici⁸, což oproti očekáváním rozvířilo hladinu a o KDU-ČSL se začalo mluvit více než doposud. Ve skutečnosti je tedy pravděpodobné, že nezáleží na směru překonání této hranice, aby se o daném subjektu začalo více hovořit. To samé však platí i o dalších posunech v procentních podílech politických stran. Pro mediální odezvu a zájem veřejnosti je důležitý posun sám.

Jindřich Krejčí (2008, s. 118) představuje situaci, kterou označuje jako sebesplňující se proroctví. V takovém případě se výzkum stane původcem situace, která by bez zveřejnění jeho výsledků nenastala, ale již na základě chyby nebo zlého úmyslu předpověděl. Příkladem může být situace, kdy chybné výsledky průzkumů informují o nedostatečné podpoře daného politického subjektu. Jeho voliči se obávají propadnutí svého hlasu a rozhodnou se pro volbu jiné strany. Původní subjekt takto ztratí řadu voličů a nakonec se do parlamentu skutečně nedostane. Tento jev bývá spojován s výsledky Občanské demokratické aliance v parlamentních volbách v roce 1992. Podpora ODA se po delší období pohybovala nad pětiprocentní hranicí, avšak v posledním průzkumu strana na tuto hranici nedosáhla. ODA se pak skutečně těsně nedostala do žádné z komor Federálního shromáždění. Uspěla však ve volbách do Parlamentu České republiky.

Efekty těchto modelů jsou odlišné a často si protirečí. Je velmi obtížné stanovit, který z efektů bude v dané situaci převládat. V každém případě bychom se však měli vyvarovat přeceňování vlivu předvolebních průzkumů na rozhodování voličů. Tento proces je ovlivňován mnoha různými faktory, přičemž se různé vlivy vzájemně ruší, doplňují nebo nahrazují. Je zřejmé, že předvolební průzkumy mohou do jisté míry ovlivnit výsledky voleb, za běžných okolností se však nejedná o stěžejní moment v procesu rozhodování voličů. Tento vliv je rovněž velmi obtížně identifikovatelný. (Vinopal, 2006, s. 7)

⁸ Výše jsme však viděli, že se jednalo o omyl způsobený špatnou interpretací průzkumu.

Podle průzkumu, který provedla agentura Factum Invenio týden po volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2010, se 7,9 % voličů cítí „hodně ovlivněno“ výsledky výzkumů volebních preferencí. Další čtvrtina (25,2 %) voličů odpověděla, že je průzkumy ovlivněna „trochu“. (Herzman, 2010)

3. Srovnání předvolebních průzkumů s výsledky voleb

3.1. Úvod

Jak je patrné z předchozí části textu, příčina nepřesností mezi předvolebními průzkumy a výsledky voleb může být dvojího charakteru. Na jedné straně může být původcem chyby samotná agentura, která se během šetření dopustí omylu, jenž se zásadně projeví ve výsledku průzkumu. Na druhé straně mohou tyto nepřesnosti pramenit z nestability elektorátu (Chytilík, 2010, s. 156). Jinými slovy, i v případě, že výzkumníci postupují bezchybně a jejich průzkum změří přesně rozložení podpory jednotlivých stran, budou nakonec mezi průzkumem a výsledky voleb rozdíly, které jsou způsobeny přesunem části voličů k jiné straně. Situace je o to nepřehlednější, že může částečně docházet k vzájemnému ovlivňování těchto jevů (výše jsem se zmínil o možném dopadu předvolebních průzkumů na rozhodování voličů). V následující části se tedy budu kromě samotného srovnání předvolebních průzkumů s výsledky voleb zabývat také tím, kdy se voliči rozhodovali a budu zjišťovat, zda je mezi těmito jevy hlubší souvislost. Z výše zmíněných důvodů nelze ověřit přesnost předvolebních průzkumů jejich prostým srovnáním s výsledky voleb. Proto zde pro tyto účely představuji další hypotézu, která zní: předvolební průzkumy jsou přesnější v odhadu preferencí stran, které mají stabilnější elektorát.

3.2. Metodologie

3.2.1. Proč tento typ voleb?

Pro účely této práce jsem zvolil volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky z let 2010 a 2013. Z hlediska výběru konkrétních voleb je důležitý především volební systém. Čím jsou výsledky voleb více poměrné, tím snazší je správně předpovědět jejich výsledky. Naopak předvolební průzkum negativně ovlivňuje disproportionality výsledků a promítání regionálních specifíků volebního chování. (Krejčí, 2004a, s. 27) Z tohoto pohledu by bylo pro zkoumání přesnosti předvolebních průzkumů nejpříhodnější zvolit volby do Evropského parlamentu, kde celé území České republiky představuje pouze jeden volební obvod. Avšak zásadním handicapem těchto voleb je jejich krátká tradice a s ní související nedostatek nezbytných zkušeností, ze kterých při tvorbě každého průzkumu agentury nutně vycházejí. Neméně závažným nedostatkem evropských voleb pro účely mé práce je malý zájem voličů. Správně identifikovat, který segment voličů se k volbám dostaví,

je s klesající účastí čím dál složitější, čímž se značně omezuje možnost vytvoření relevantního průzkumu. Senátní volby jsou pro účely mé práce ze všech typů voleb nejméně příhodné. Většinový systém, velký počet malých obvodů a nízká volební účast – to vše představuje pro volební výzkumy obtížné překážky.⁹ Nejvhodnější podmínky pro práci agentur zabývajících se předvolebními průzkumy tak z českých voleb nabízí charakter volebního systému do Poslanecké sněmovny. Dalším důvodem, proč jsem pro svou práci zvolil tento typ voleb, je fakt, že jsou sněmovní volby u nás vůbec nejdůležitějšími a bývají označovány jako volby první kategorie. Pro výběr těchto voleb hovoří i to, že jak občané, tak i agentury mají s volbami do Poslanecké sněmovny poměrně bohaté zkušenosti (na rozdíl například od prezidentských voleb).

3.2.2. Proč tyto roky?

Dále se nabízí otázka, proč jsem zvolil pro svou studii právě volby v letech 2010 a 2013. Jedná se o poslední a předposlední volby tohoto typu u nás. Jejich výsledky jsou ještě relativně dobře uchovány v našem povědomí. Již jsem se zmínil o tom, že důležitou roli při tvoření předvolebních průzkumů hrají zkušenosti, které agentury získávají na základě zpětné analýzy své práce v konfrontaci s výsledky voleb.¹⁰ Z pohledu účelu mé práce by proto bylo nelogické zvolit starší volby. Navíc data z tohoto období jsou dnes díky internetu snáze dostupnější. A proč jsem do své studie zahrnul dvoje volby a nepracoval pouze s těmi posledními? Vede mě k tomu obezřetnost. V roce 2013 šlo o volby předčasné. Přestože se domnívám, že tato skutečnost by neměla mít na závěry mé práce žádný vliv, rozhodl jsem se ověřit hypotézu na dvou případech a vyhnout se tak riziku zkreslení závěrů.

3.2.3. Co srovnávám a proč?

Agentury publikují na základě svých předvolebních průzkumů různé typy výsledků. Obvykle se jedná o stranické preference, voličské preference a volební model. Rozdíl mezi těmito typy spočívá v tom, jaký soubor respondentů tvoří celek, ze kterého jsou vypočítávány procentní údaje. Každý typ má za cíl přinést jiný druh informace.¹¹ Nejsložitějším výstupem předvolebních průzkumů jsou volební modely. Jejich ambicí je

⁹ blíže v kapitole *Limity předvolebních průzkumů – co ovlivňuje jejich přesnost?*

¹⁰ blíže v kapitole *Limity předvolebních průzkumů – co ovlivňuje jejich přesnost?*

¹¹ Blíže se jednotlivými typy zabývám v teoretické části v kapitole *Typy předvolebních průzkumů*.

simulovat výsledek voleb v daném okamžiku, a proto je třeba co nejpřesněji odhadnout chování voličů. K jejich výpočtu využívají agentury složitých postupů utvářených na základě mnohaletých zkušeností. Neexistuje však univerzální návod, jak takový volební model vytvořit a každá agentura uplatňuje vlastní metodu, která je obvykle součástí její know-how, a proto bývá veřejnosti utajena. Protože je výpočet volebního modelu ve srovnání s ostatními typy předvolebních průzkumů složitý a protože nám přináší s ohledem na volby nejužitečnější informace, zaměřím se ve své práci výhradně na tento typ výstupů předvolebních průzkumů. Jde o snadno vysvětlitelné rozhodnutí. Volební model jako jediný z typů předvolebních průzkumů usiluje o odhad výsledků voleb. Srovnávat jiný typ předvolebních průzkumů s volebními výsledky by postrádalo smysl.

3.2.4. Proč tyto agentury?

Srovnání podrobím předvolební průzkumy tří agentur: CVVM, STEM a Median. Jedná se o renomované agentury, jejichž výzkumy jsou ve velké míře prezentovány v médiích. Důležitým předpokladem pro výběr agentur bylo jejich souvislé působení na trhu po delší období (opět v souvislosti se zkušenostmi). Výše zmíněné agentury jsou z tohoto pohledu jedinými, které jsou pro účely mé práce relevantní. Na českém trhu sice působí řada dalších agentur, žádná z nich však za sebou nemá kontinuální činnost přesahující období zvolené pro účely tohoto zkoumání. Nezpochybnitelným měřítkem kvality je členství agentur v národních a mezinárodních organizacích. Podle Krejčího (2008, s. 135-136) je zárukou kvality výběrových šetření členství výzkumné agentury ve sdružení SIMAR, které stanovuje základní parametry kvality a profesionality agentury a tazatelské sítě, procesu sběru dat, kontroly kvality výzkumného procesu a prezentace výsledků. Jedná se o výběrové neziskové sdružení předních agentur výzkumu trhu a veřejného mínění působících v České republice, které zaměřuje svou činnost na zvyšování kvality služeb poskytovaných členskými agenturami (Chytilík, 2010, s. 136).

Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) je výzkumným oddělením Sociologického ústavu Akademie věd České republiky. Jeho předchůdci jsou Československý ústav pro výzkum veřejného mínění, založený v roce 1946, a Institut pro výzkum veřejného mínění, který byl součástí Českého statistického úřadu (Eibl, 2006, s. 91). CVVM je vedle Českého statistického úřadu jedinou organizací zabývající se průzkumy veřejného mínění stojící mimo komerční sektor. Kontinuální výzkumný program je hrazen ze státního rozpočtu. Centrum pro výzkum veřejného mínění je členem World Association

for Public Opinion Research (WAPOR). Jedná se o mezinárodní profesní asociaci, která publikuje specializovaná doporučení zaměřená na oblast výzkumu veřejného mínění. Velký důraz je přitom kladen na předvolební šetření a zveřejňování jejich výsledků (Krejčí, 2008, s. 135).

Agentura Median byla založena v roce 1993 a vedle výzkumu veřejného mínění se zabývá rovněž výzkumem trhu a médií. Median je členem European Society for Opinion and Marketing Research (ESOMAR), která publikovala specializovaná doporučení zaměřená na oblast výzkumu veřejného mínění s důrazem na předvolební šetření a zveřejňování jejich výsledků, a Sdružení pro výzkum trhu SIMAR.

Nezisková organizace STEM byla založena počátkem roku 1990. Jedná se o první českou soukromou výzkumnou společnost s vlastní tazatelskou sítí. Tematická struktura šetření této agentury je rozmanitější, politická témata včetně stranických preferencí a volebních modelů ovšem mají v činnosti STEMu pevnou pozici. Sesterská společnost STEM/MARKT, se kterou STEM sdílí část výzkumné struktury (tazatelskou síť), je členem Sdružení agentur pro výzkum trhu SIMAR a EFARMO¹². STEM/MARK je rovněž členem ESOMAR.

¹² EFARMO je evropská organizace sdružující národní asociace výzkumu trhu, která úzce spolupracuje s celosvětovou Global Research Business Network. Podporuje seberegulaci a kvalitu služeb národních asociací. Sdílí informace a zkušenosti, koordinuje mezinárodní týmy a aktivity a reprezentuje zájmy výzkumné komunity. (SIMAR 2017)

3.3. Průzkum vs. volby¹³

volby 2010			CVVM		Median		STEM	
28.-29. 5. 2010			3. 5.-10. 5. 2010		2. 4.-1. 5. 2010		28. 4.-8. 5. 2010	
strana	%	mandáty	preference	rozdíl	preference	rozdíl	mandáty	rozdíl
ČSSD	22,08	56	30,5	8,4	26,2	4,1	75	19
ODS	20,22	53	19,0	-1,2	19	-1,2	55	2
TOP 09	16,70	41	14,0	-2,7	10,7	-6,0	21	-20
KSČM	11,27	26	13,0	1,7	13,3	2,0	28	2
VV	10,88	24	11,5	0,6	7,6	-3,3	21	-3
KDU-ČSL	4,39		3,5	-0,9	7,5	3,1		
SPOZ	4,33		2,0	-2,3	6,8	2,5		
Suverenita	3,67			-3,7	3	-0,7		
SZ	2,44		4,5	2,1	3,5	1,1		
průměrná absolutní odchylka velikost souboru respondentů			700	2,6	914	3	1 257	9,2

Zdroj: tiskové zprávy agentur

volby 2013			CVVM		Median		STEM			
25.-26. 10. 2013			7. 10.-14. 10. 2013		16. 9.-16. 10. 2013		8.-15. 10. 2013			
strana	%	mandáty	preference	rozdíl	preference	rozdíl	preference	rozdíl	mandáty	rozdíl
ČSSD	20,45	50	26,0	5,6	25,5	5,1	25,9	5,5	67	17
ANO 2011	18,65	47	16,5	-2,2	13	-5,7	16,1	-2,6	41	-6
KSČM	14,91	33	18,0	3,1	16	1,1	13,3	-1,6	33	0
TOP 09	11,99	26	9,0	-3,0	13	1,0	11,5	-0,5	28	2
ODS	7,72	16	6,5	-1,2	8	0,3	8,6	0,9	20	4
Úsvit	6,88	14	5,0	-1,9	4	-2,9	5,9	-1,0	11	-3
KDU-ČSL	6,78	14	5,0	-1,8	6	-0,8	4,5	-2,3	0	-14
SZ	3,19		2,0	-1,2	3	-0,2	2,6	-0,6		
Piráti	2,66		2,5	-0,2	2	-0,7	3,1	0,4		
Svobodní	2,46			-2,5	2,5	0,0	3,1	0,6		
SPOZ	1,51		3,5	2,0	5	3,5	2,6	1,1		
průměrná absolutní odchylka velikost souboru respondentů			545	2,2	1083	2,2	1052	1,6		6,6

Zdroj: tiskové zprávy agentur

¹³ Všechny číselné údaje kromě výsledků voleb jsou v tabulce i textu pro větší přehlednost zaokrouhleny na jedno desetinné místo.

3.3.1. CVVM

Dotazování pro poslední průzkum agentury CVVM před poslaneckými volbami 2010 probíhalo od 3. do 10. května. Mezi tímto průzkumem a otevřením volebních místností (28. května) tedy uběhlo 18 dní. Data byla zveřejněna 19. května. Tento průzkum nadhodnotil volební zisk sociálních demokratů o 8,4 %, když odhadoval, že strana získá 30,5 %, ČSSD však obdržela pouze 22,08 %. Mnohem přesnější byl průzkum u ODS, když jí předpovídal zisk 19 %. Občanští demokraté si ve volbách připsali zisk o 1,2 % větší, tedy 20,22 %. Nejblíže se však CVVM ve svém průzkumu trefilo u Věcí veřejných. Předpověď zisku této strany zněla 11,5 %, VV nakonec získaly o 0,6 % méně, tedy 10,88 %. TOP 09 průzkum odhadoval zisk 14 %, což se nakonec ukázalo jako podhodnocené (o 2,7 %), neboť tato strana nakonec získala 16,7 %. U komunistů činil rozdíl mezi průzkumem 1,7 % a u lidovců dokonce jen 0,9 %. Vzhledem k malému množství získaných hlasů se výrazně lišil volební výsledek od průzkumu u Strany práv občanů (2,3 %) a zelených (2,1 %). Suverenita, která se v tomto průzkumu vůbec neobjevila, získala ve volbách 3,67 %. Vyjma Suverenity a Strany zelených však poslední průzkum CVVM správně odhadl pořadí stran a nezmýlil se ani v předpovědi, která strana překročí pětiprocentní klauzuli a která nikoliv. Průměrný rozdíl mezi posledním průzkumem agentury CVVM a výsledky voleb v roce 2010 činil 2,6 %.

Poslední průzkum agentury CVVM před volbami do Poslanecké sněmovny 2013 probíhal od 7. do 14. října. Dotazování bylo tedy ukončeno 11 dní před volbami (25.-26. října). Tento průzkum byl zveřejněn 21. října. Největšího omylu se agentura dopustila u vítězných sociálních demokratů, když odhadovala jejich preference na 26 %, strana však ve volbách získala o 5,6 % méně, tedy 20,45 %. Naopak nejpřesněji odhadlo CVVM výsledek pirátů. Podle jejich průzkumu měla strana získat 2,5 %, volební výsledek činil 2,66 %. Vzhledem k celkovému množství získaných hlasů lze CVVM ocenit za odhad preferencí hnutí ANO, které ve volbách obdrželo 18,65 %, agentura předpovídala 16,5 %. Rozdíl tak činil 2,2 %. Již o něco větší rozdíl (3,1 %) byl mezi průzkumem (18 %) a výsledky voleb u komunistů (14,91 %). CVVM navíc předpokládalo, že se KSČM umístí na druhém místě, strana však skončila až třetí. Oproti tomuto průzkumu ve volbách překvapila TOP 09, která získala o 3 % více (11,99), než jí agentura předurčovala (9). Naopak u stran ODS, Úsvit přímé demokracie, KDU-ČSL, zelených, pirátů a Strany práv občanů byl rozdíl mezi průzkumem a volebním výsledkem maximálně 2 %. Svobodní, kteří se v tomto průzkumu vůbec neobjevili, získali nakonec ve volbách 2,46 %. CVVM ve svém průzkumu bezchybně

předpověděla, které strany do parlamentu vstoupí a které naopak pětiprocentní klauzuli nepřekročí. Průměrný rozdíl mezi posledním průzkumem a výsledky voleb v roce 2013 činil u agentury CVVM 2,2 %.

3.3.2. Median

Agentura Median provedla poslední průzkum před volbami 2010 v rozmezí od 2. dubna do 1. května. Mezi ukončením šetření a volbami uběhlo 27 dní. S ohledem na možnosti přesného odhadu představuje tato časová prodleva značnou komplikaci a handicap vůči ostatním agenturám, jejichž průzkumy probíhají v menším časovém odstupě od voleb. Příčinou je fakt, že Median na rozdíl od ostatních agentur při svých průzkumech využívá stratifikovaný náhodný adresní výběr, který je časově náročnější. Protože se jedná o pravděpodobnostní metodu, je možné naopak na rozdíl od kvótního výběru přesně stanovit statistickou odchylku, která nám může posloužit jako kritérium pro hodnocení přesnosti. V tomto průzkumu byla odchylka stanovena na 3,5 % u větších stran a 1,5 % u menších stran. Největší nepřesnosti se agentura v tomto průzkumu dopustila u TOP 09. Odhad preferencí této strany činil 10,7 %, volební výsledek byl však o 6 % vyšší, tedy 16,7 %. Značný rozdíl byl zaznamenán i u ČSSD. Průzkum předpokládal zisk 26,2 %, sociální demokraté nakonec získali o 4,1 % méně, 22,08 %. Úspěšný odhad zaznamenal tento průzkum, pokud šlo o ODS. Její preference stanovil na 19 %, strana si ve volbách připsala o 1,2 % více, tedy 20,22 %. Příliš se tento průzkum nezmýlil ani u komunistů, když odhadoval jejich zisk na 13,3 %, KSČM získala o 2 % méně, tedy 11,27 %. Zisk Věcí veřejných odhadoval Median na 7,6 %, tedy o 3,3 % méně, než strana nakonec získala – 10,88 %. Podobně velké nepřesnosti (3,1 %) se průzkum dopustil i u lidovců, u kterých očekával zisk 7,5 %, KDU-ČSL ale nakonec získala pouze 4,39 %. Straně práv občanů přisoudil průzkum 6,8 %, ve volbách však získala o 2,5 % méně, tedy 4,33 %. Naopak rozdíl mezi průzkumem a volbami v rozmezí statistické odchylky byl zaznamenán u Suverenity (0,7 %) a Strany zelených (1,1 %). Srovnání tohoto průzkumu s výsledky voleb odhalilo řadu nepřesností (průměrný rozdíl mezi průzkumem a volbami činí 3 %). Nejzásadnější z nich představují odhady preferencí lidovců a Zemanovců, kteří by se podle průzkumu do Poslanecké sněmovny dostali (i s přihlédnutím ke statistické odchylce), nicméně ve volbách žádná poslanecká křesla ani jedna strana nezískala. Nicméně jak bylo uvedeno výše, tento průzkum byl zahájen téměř dva měsíce před konáním voleb a Median v tiskové správě zveřejněné

k tomuto průzkumu zdůrazňuje, že se jedná o údaje vztahující se k měsíci dubnu (volby se konaly na konci května). Proto nemohou být tyto nepřesnosti předmětem kritiky.

Poslední průzkum před volbami 2013 provedl Median mezi 16. září a 16. říjnem. Ukončen tak byl 10 dní před konáním voleb (25. a 26. října) a výsledky byly zveřejněny 18. října. Statistická odchylka je v tomto průzkumu stanovena na ± 1 % u menších stran až ± 3 % u největších stran. Průzkum přisoudil hnutí ANO 13 %, to ve volbách získalo 18,65 %, což je o 5,7 % více, než odhadl Median. Větší nepřesnost byla zaznamenána i u ČSSD, které průzkum přisoudil zisk 25,5 %, strana ve volbách obdržela o 5,1 % méně, tedy 20,45 %. Nepřesně si Median počínal, i pokud šlo o Úsvit přímé demokracie (rozdíl 2,9 %) a Stranu práv občanů (rozdíl 3,5 %). Naopak u KSČM se průzkum ve srovnání s výsledky voleb zmýlil pouze o 1,1 %, u TOP 09 pouze o 1 % a u ODS, KDU-ČSL, Strany zelených a pirátů dokonce méně než 1 %. Zcela přesný pak byl tento průzkum, pokud šlo o odhad preferencí Strany svobodných občanů (průzkum 2,5 %, volby 2,46 %). Průměrný rozdíl mezi průzkumem Medianu a volebním výsledkem činí v tomto případě 2,2 %. Na případě Medianu je ve srovnání posledních průzkumů před volbami 2010 a 2013 dobře patrné, že čím později před volbami průzkum probíhá, tím přesnější jsou jeho výsledky. Svou roli však pochopitelně mohla sehrát i větší zkušenost agentury s vytvářením předvolebních průzkumů.

3.3.3. STEM

Poslední průzkum před volbami 2010 provedla agentura STEM v období mezi 28. dubnem a 8. květnem. Toto šetření a volby tak od sebe dělilo 20 dní. Výsledky byly zveřejněny 17. května. Výsledky tohoto průzkumu byly zveřejněny v podobě odhadu zisku poslaneckých mandátů. Odchylka byla v tomto případě stanovena na ± 2 mandáty. Největší nepřesnosti se STEM dopustil u TOP 09. Průzkum odhadoval zisk této strany na 21 mandátů, strana však ve volbách obdržela 41 křesel, tedy o 20 více. Podobný rozdíl byl i u ČSSD. Průzkum přisoudil straně 75 mandátů, ve volbách však sociální demokraté získali o 19 křesel méně, tedy 56. Naopak rozdíl v rámci stanovené odchylky (2 mandáty) byl zaznamenán u ODS (průzkum 55, volby 53) a u KSČM (průzkum 28, volby 26). Věci veřejné měly podle průzkumu získat 21 mandátů, na základě výsledků voleb nakonec do Poslanecké sněmovny usedlo 24 zástupců této strany, tedy o 3 více. Průměrný rozdíl mezi tímto průzkumem a výsledky voleb činil 9,2 mandátu. Jedná se o vysoké číslo, které je však ovlivněno větším časovým rozestupem tohoto průzkumu od voleb. Podobně jako u Medianu v roce 2010, nelze jednoznačně říci, zda jsou tyto nepřesnosti způsobeny nízkou kvalitou průzkumu nebo

volatilitou voličů. Průzkum však správně odhadl, které strany vstoupí do Poslanecké sněmovny a které nikoliv. Z tohoto průzkumu je ale zcela zřejmé, že zveřejňování výsledků v podobě odhadu zisku poslaneckých mandátů není snadné, neboť je nutné zohlednit d'Hondtovu metodu přepočtu hlasů na mandáty.

Poslední průzkum před volbami 2013 provedla agentura STEM mezi 8. a 15. říjnem. Průzkum byl tedy ukončen 10 dní před volbami. Odchylka byla pro tento průzkum stanovena na ± 2 až 3 mandáty. STEM v tomto průzkumu odhadl zisk sociálních demokratů na 67 mandátů, ČSSD ale ve volbách obdržela o 17 křesel méně, tedy 50. Nepřesný byl tento průzkum i v případě hnutí ANO, když odhadoval jeho zisk na 41 mandátů. ANO však ve volbách získalo o 6 křesel více – 47. Naopak naprosto přesně si tento průzkum počínal, pokud šlo o KSČM. Komunisté získali 33 mandátů, tedy přesně tolik, kolik bylo uvedeno v průzkumu. TOP 09 měla podle průzkumu získat 28 křesel, ve volbách nakonec tato strana obdržela 26 mandátů, tedy o 2 méně. Občanským demokratům STEM přisoudil zisk 20 mandátů, ODS ve volbách získala o 4 křesla méně – 16. Pokud šlo o Úsvit přímé demokracie, průzkum očekával, že získá 11 mandátů. Ve volbách si však tato strana o 3 křesla polepšila, když získala 14 mandátů. Podle odhadu agentury STEM měli zůstat lidovci před branami Poslanecké sněmovny. Průzkum odhadoval, že KDU-ČSL nezíská žádný mandát. Strana však ve volbách získala 14 křesel. Kromě tohoto případu však průzkum agentury STEM správně odhadl všechny strany, které se do Poslanecké sněmovny proboují, včetně jejich pořadí. Průměrný rozdíl mezi tímto průzkumem a výsledky voleb byl 6,6 mandátu.

V rámci tiskové zprávy zveřejněné k tomuto průzkumu byl obsažen i volební model v procentuální podobě. Zde byla odchylka stanovena na ± 2 % u menších stran a ± 3 u větších stran. Největší rozdíl mezi tímto průzkumem a výsledky voleb byl zaznamenán u ČSSD. STEM odhadoval zisk sociálních demokratů na 25,9 %, ve volbách strana získala pouze 20,45 %, tedy o 5,5 % méně. Zisk hnutí ANO byl průzkumem odhadnut na 16,1 %, ve volbách však ANO obdrželo o 2,6 % více, konkrétně 18,65 %. Rozdíl mezi průzkumem a výsledky voleb v rámci stanovené odchylky byl zaznamenán u KSČM (1,6 %), TOP 09 (0,5 %), ODS (0,9 %), Úsvitu přímé demokracie (1 %), Strany zelených (0,6 %), pirátů (0,4 %), svobodných (0,6%) i Strany práv občanů (1,1 %). U KDU-ČSL průzkum odhadoval zisk 4,5 %. Lidovci však ve volbách získali o 2,3 % více, což představovalo 6,78 %. Průměrný rozdíl mezi tímto průzkumem a výsledky voleb činil 1,6 %, což lze považovat za velmi úspěšný výsledek.

3.4. Metody

	CVVM	STEM	Median
metoda	kvótní výběr	kvótní výběr	stratifikovaný náhodný adresní výběr
soubor dotázaných	545 a 700 vzorek pro volební model (bez nevoličů a nerozhodnutých)	1 297 a 1 052	914 a 1 083
výběrová chyba	neuvádí se	±1,5 % u menších stran ±3 % u větších stran ± 2 až 3 mandáty	± 1,5 % u malých stran až ± 3,5 % u největších stran
sběr dat	osobní rozhovor respondenta s tazatelem	osobní rozhovor respondenta s tazatelem	osobní rozhovor respondenta s tazatelem
členství v odborných asociacích	WAPOR	sesterská společnost STEM/MARK členem SIMAR	ESOMAR SIMAR
typ otázky	2010 otevřená 2013 uzavřená	2010 otevřená 2013 uzavřená	2010 polootevřená ¹⁴ 2013 otevřená

Zdroj: tisková zpráva agentur

3.4.1. Soubor dotázaných

SIMAR doporučuje pro předvolební průzkumy minimální velikost vzorku 500 respondentů. ESOMAR stanovuje jako minimální velikost vzorku 1 000 respondentů. V případě malého očekávaného rozdílu v preferencích pro jednotlivé strany doporučuje ESOMAR/WAPOR větší vzorek (1 500 až 2 000 respondentů). Známa výzkumná agentura Gallup většinou používá výběrové soubory o 1 000-1 500 respondentech. Podle ní se větší vzorek nevyplatí, protože náklady na takový průzkum by byly obrovské, ale jeho přesnost by to o mnoho nezvýšilo. (Chábová, 2013, s. 27)

¹⁴ Tazatel nejprve nechá respondenta spontánně uvést preferovanou politickou stranu, a teprve pokud respondent nedokáže odpovědět, předloží mu seznam stran, o nichž je v době přípravy průzkumu (cca týden před spuštěním terénu) známo, že se chtějí voleb zúčastnit.

3.4.2. Výběrová chyba

Výběrová chyba vzniká v důsledku toho, že do průzkumu zahrnujeme pouze část populace. Při použití pravděpodobnostní metody lze tuto chybu stanovit na základě velikosti výběrového souboru. S rostoucím počtem dotazovaných se chyba zmenšuje, avšak čím více stoupá počet respondentů, tím pomaleji klesá výběrová chyba. U kvótního výběru závisí výběrová chyba na tom, zda je dobře popsána struktura populace a jestli jsou správně určeny kvótní znaky. Statistická odchylka se tedy sice pravděpodobně bude pohybovat ve stanoveném rozmezí, jedná se však pouze o odhad, jehož správnost nelze ověřit pomocí statistických metod.

3.4.3. Typ otázky

Otevřené otázky, kdy si respondent musí sám vzpomenout na jméno strany, více nahrávají velkým stranám, na které si respondent snáze vzpomene. Uzavřené otázky mohou naopak podhodnocovat preference velkých stran, a to především v období mezi volbami, kdy nejsou voliči ovlivněni kampaní. Na druhou stranu uzavřené otázky nejlépe simulují volební situaci, kdy má volič před sebou volební lístky a na názvy stran si tak vzpomínat nemusí. (Chábová, 2013, s. 29)

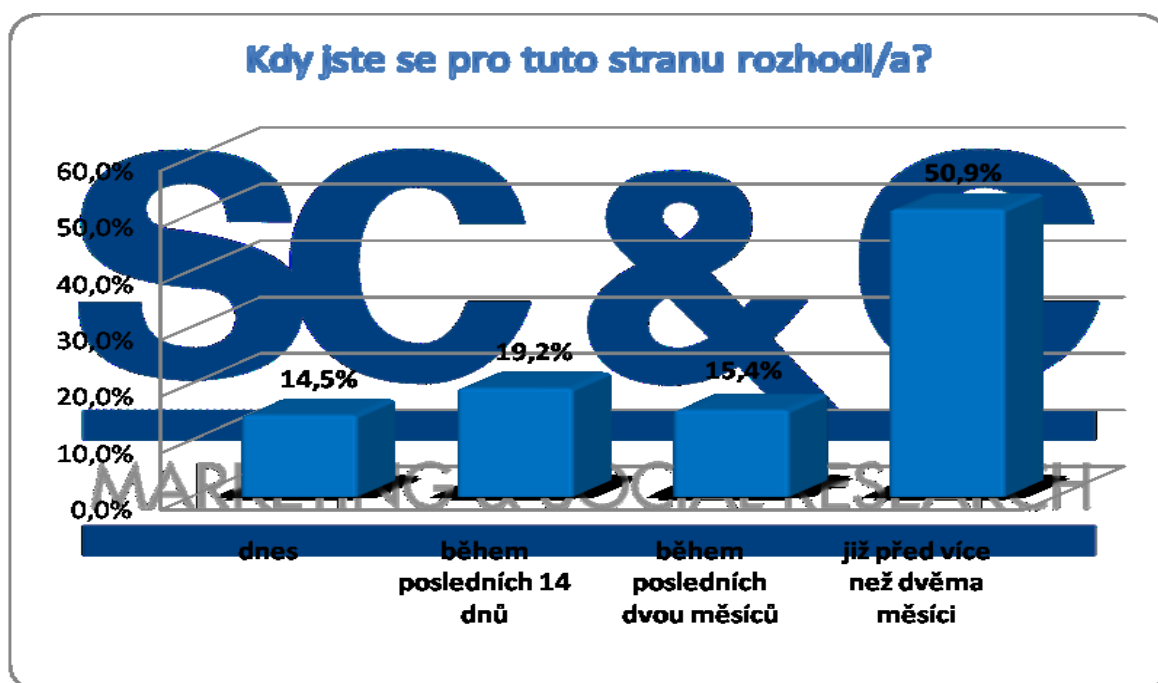
4. Kdy se voliči rozhodují?

4.1. 2010

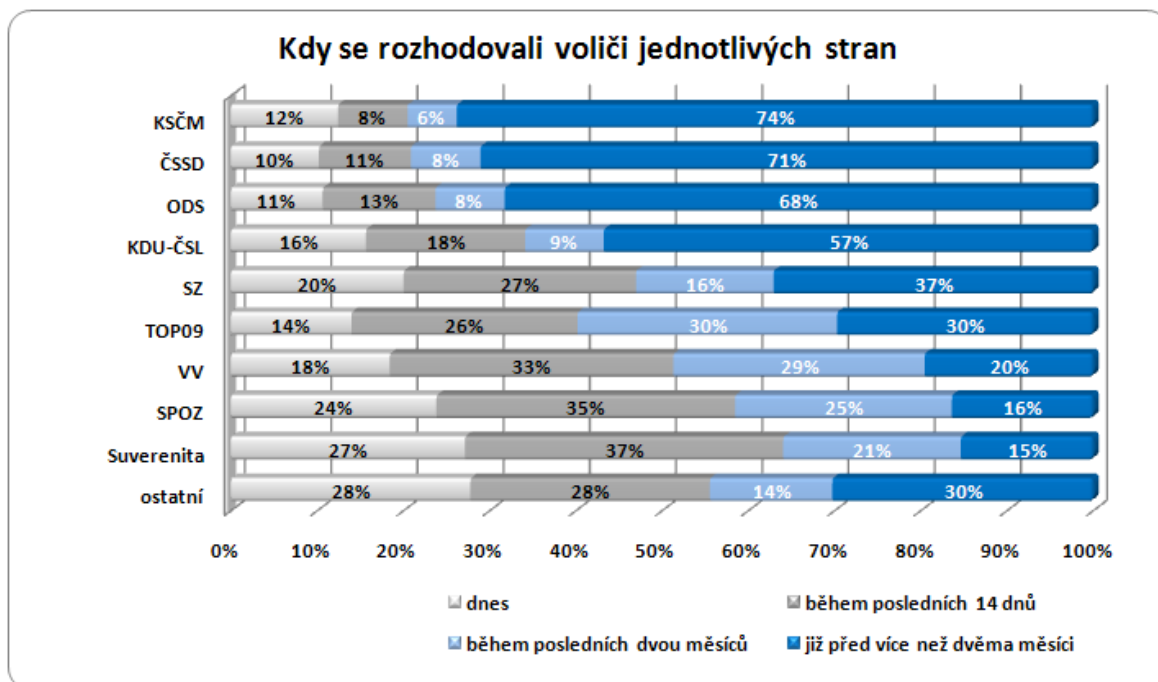
Během voleb do Poslanecké sněmovny v roce 2010 zpracovala agentura SC&C ve spolupráci s SPSS CR exit poll pro Českou televizi. Dotázáno bylo 25 380 respondentů v 370 okrscích. Z výsledků tohoto šetření vyplývá, že více než polovina voličů (50,9 %) bylo rozhodnuto o volbě dané strany nejpozději dva měsíce před volbami. Více než třetina voličů (33,7 %) se rozhodovala až v posledních čtrnácti dnech. Voličů, kteří učinili své rozhodnutí o tom, kterou stranu budou volit, až v den voleb bylo 14,5 %. Nejdříve se rozhodují voliči KSČM (74 % jejich voličů je rozhodnuto více než 2 měsíce před volbami), ČSSD (71 %) a ODS (68 %). Naopak více než polovina (51 %) voličů Věcí veřejných se rozhodla v posledních čtrnácti dnech. U TOP 09 představuje podíl těchto voličů 40 %.

Tato poměrně značná nerozhodnost českých voličů představuje pro předvolební šetření jistě významnou překážku. Z údajů o načasování rozhodnutí voličů jednotlivých stran lze usuzovat, že nejméně obtížné by mělo být změřit pravděpodobnou podporu komunistů,

sociálních a občanských demokratů. U KSČM si počínaly všechny agentury poměrně přesně (CVVM se odchýlila o 1,7 %, Median o 2 % a STEM o 2 mandáty). Odhad preferencí ODS byl ještě o něco přesnější (odchylka CVVM i Medianu byla 1,2 %, STEM se odchýlil o 2 mandáty). Oproti předpokladu se však shodně všechny agentury značně zmýlily v případě ČSSD. CVVM nadhodnotilo výsledek této strany o 8,4 %, Median o 4,1 % a STEM o 19 mandátů. Zajímavostí je také fakt, že všechny agentury očekávaly zisk sociálních demokratů výrazně vyšší, než jaký ve skutečnosti byl. Výše zmíněný předpoklad narušuje i případ Věcí veřejných. Jejich voliči se rozhodovali ve srovnání s voliči ostatních stran, které se v těchto volbách probojovaly do Poslanecké sněmovny, nejpozději. Přesto se agentury v odhadech výsledků této strany příliš nemýlily (CVVM pouze o 0,6 %, Median o 3,3 % a STEM o 3 mandáty). Další stranou, která získávala voliče na poslední chvíli, byla TOP 09. CVVM přesto relativně správně odhadla její preference (odchylka činila 2,7 %), naopak Median (odchylka 6 %) a především STEM (odchylka 20 mandátů) si v případě této strany počínaly nepřesně.



Zdroj: exit poll SC&C a SPSS CR pro Českou televizi 2010



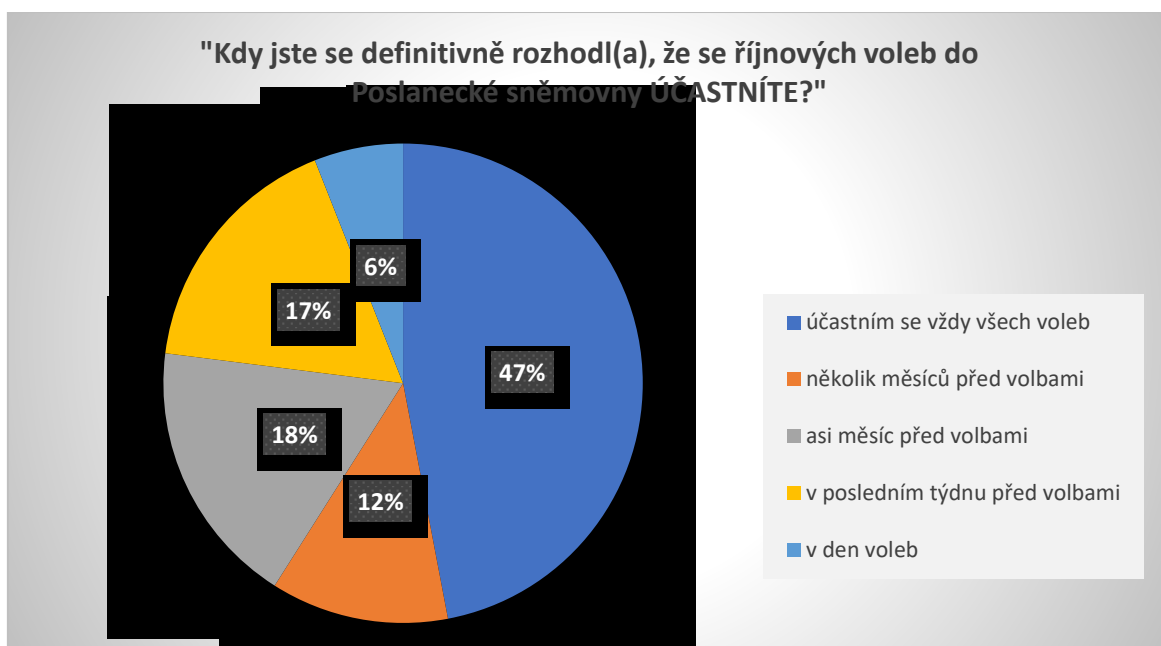
Zdroj: exit poll SC&C a SPSS CR pro Českou televizi 2010

4.2. 2013

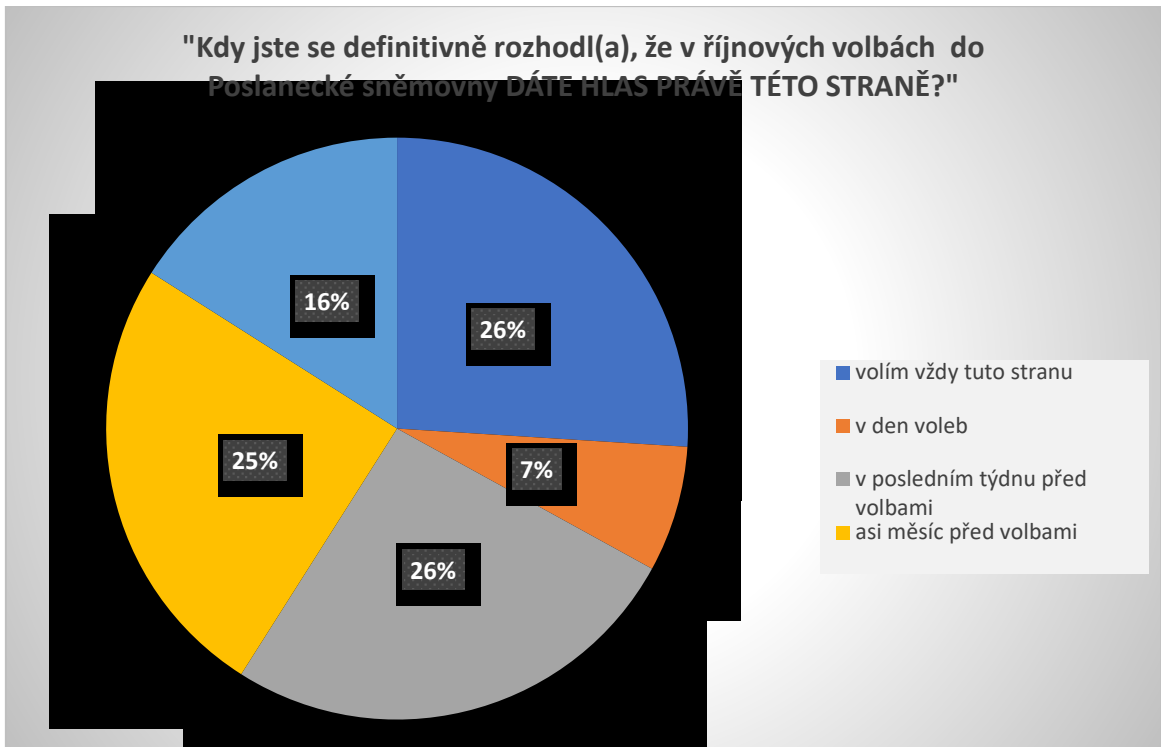
Agentura STEM provedla v následujícím týdnu po volbách do Poslanecké sněmovny 2013 průzkum veřejného mínění zaměřený na rozhodování voličů. Dotázáno bylo celkem 1 063 respondentů. Z tohoto šetření vyplývá, že 41 % voličů se pro účast v těchto volbách rozhodlo v posledním měsíci před konáním voleb. A téměř čtvrtina všech voličů (23 %) učinila toto rozhodnutí během posledního týdne. Pro volbu dané strany bylo podle údajů z průzkumu dlouhodobě rozhodnuto¹⁵ pouze 42 % voličů. 58 % voličů se pro volbu dané strany rozhodla během posledního měsíce. Čtvrtina voličů (26 %) své rozhodnutí učinila až v posledním týdnu před volbami. Největší podíl dlouhodobě rozhodnutých voličů má KSČM (74 %), ČSSD (64 %), KDU-ČSL (59 %) a ODS (56 %). Opět se nabízí předpoklad, že u těchto stran si budou v odhadu volebních výsledků agentury počínat nejpřesněji. U třech ze čtyř z výše zmíněných stran tomu tak skutečně bylo. U KSČM se nejméně přesného odhadu dopustila agentura CVVM (odchylka 3,1 %), v případě ODS to bylo rovněž CVVM (1,2 %) a pokud jde o lidovce, nejméně přesná byla agentura STEM (odchylka 2,3 %). Všechny agentury však výrazně přecenily odhad v případě ČSSD. CVVM o 5,6 %, Median o 5,1 % a STEM o 5,5 % a 17 mandátů.

¹⁵ odpověď „volím vždy tuto stranu“ nebo „několik měsíců předem“

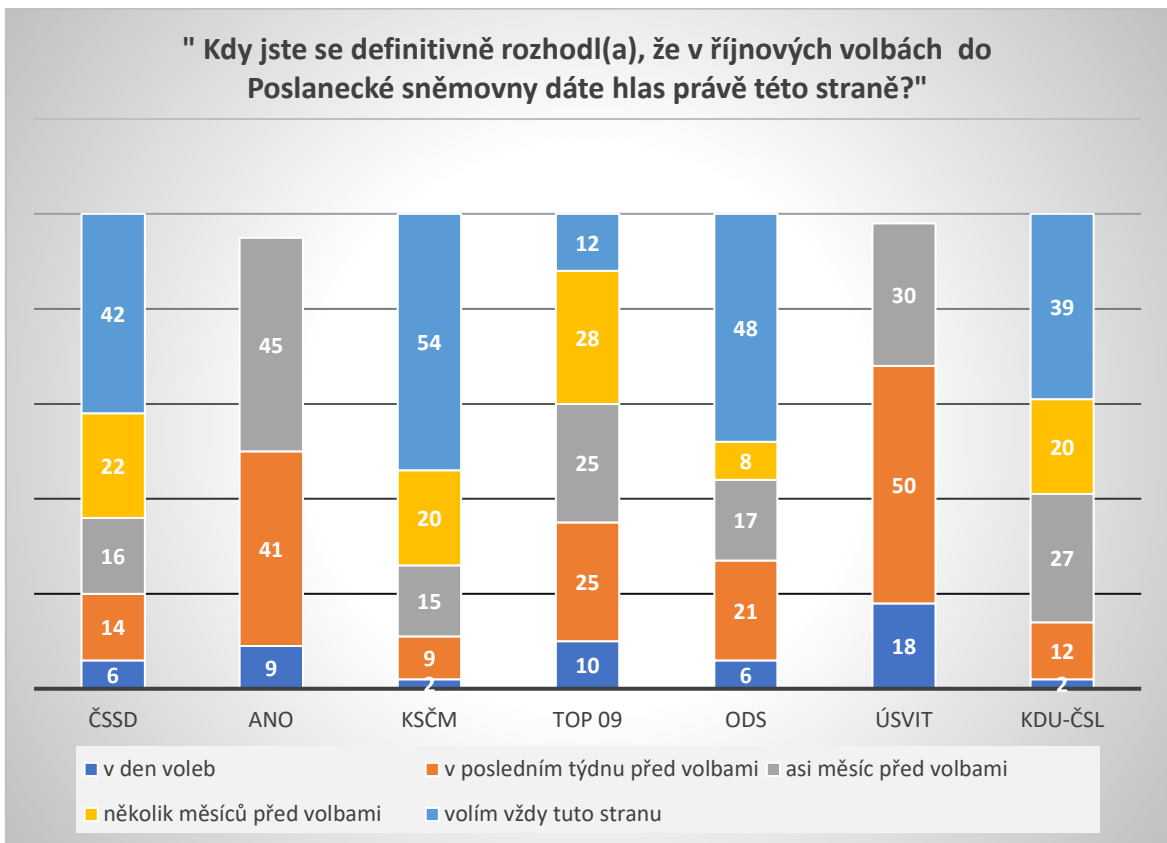
Naopak drtivá většina všech voličů hnutí ANO a Úsvitu se podle šetření STEM pro volbu dané strany rozhodla až v posledním měsíci. Tato skutečnost je ovlivněna tím, že oba subjekty byly nováčky na politické scéně a voliči o nich teprve sbírali informace. Až v posledním týdnu před volbami získal Úsvit 68 % svých voličů a hnutí ANO 50 %. Pro o něco etablovanější TOP 09 se v posledním měsíci před volbami rozhodlo 60 % jejich voličů a více než třetinu (35 %) voličů tato strana získala až v posledním týdnu. Agentury si v případě těchto stran počínaly rozdílně. Zatímco CVVM (odchylka 2,2 %) a STEM (2,6 %) odhadly výsledek hnutí ANO poměrně přesně, odhad Medianu se oproti výsledku voleb lišil o 5,7 %. V případě TOP 09 byl velmi přesný STEM (odchylka 0,5 %) i Median (1 %). CVVM zde předpokládala zisk o 3 % nižší, než kolik strana nakonec získala ve volbách. A pokud jde o Úsvit, odchylky všech agentur byly maximálně do 3 % (Median 2,9 %, CVVM 1,9 % a STEM 1 %). Výše zmíněný předpoklad tak nelze ani v tomto případě zcela jasně potvrdit.



Zdroj: STEM Trendy 11/2013



Zdroj: STEM Trendy 11/2013



Zdroj: STEM Trendy 11/2013

5. Hodnocení agentur

pořadí	průzkum	průměrná odchylka	časový rozestup od voleb	počet respondentů	metoda	typ otázky
1.	STEM 2013	1,6 %	10 dní	1 052	kvótní výběr	uzavřená
2.	Median 2013	2,2 %	10 dní	1 083	pravděpodobnostní metoda	otevřená
2.	CVVM 2013	2,2 %	11 dní	545	kvótní výběr	uzavřená
4.	CVVM 2010	2,6 %	18 dní	700	kvótní výběr	otevřená
5.	Median 2010	3 %	27 dní	914	pravděpodobnostní metoda	polootevřená

Abych mohl porovnat výsledky jednotlivých agentur mezi sebou, zahrnul jsem do tabulky všechny průzkumy, jejichž výsledky byly zveřejněny v procentech. Hodnotím tedy dva průzkumy z roku 2010 a tři průzkumy z roku 2013. Cílem tohoto srovnání je odhalit, který faktor má největší vliv na přesnost průzkumů. Jednou z možných příčin nepřesností může být i nezkušenost. Proto porovnávám výsledky z let 2010 a 2013 současně, nikoliv odděleně. Průzkumy byly seřazeny podle průměrné odchylky od výsledků voleb.

Podle stanoveného kritéria si nejpřesněji vedl průzkum agentury STEM v roce 2013, jehož průměrná odchylka byla 1,6 %. Agenturám Median a CVVM byla u posledního průzkumu v roce 2013 naměřena průměrná odchylka shodně 2,2 %. CVVM dosáhlo v roce 2010 na průměrnou odchylku 2,6 % a Median se v roce 2010 průměrně zmýlil o 3 %.

Z tabulky vyplývá, že největší vliv na přesnost průzkumu má časový rozestup od voleb. Nejpřesnější průzkum (STEM 2013) byl ukončen 10 dní před konáním voleb, naopak průzkum s největší průměrnou odchylkou dělilo od voleb 27 dní. I v ostatních případech se potvrdilo, že čím větší je časový rozestup průzkumu od konání voleb, tím méně jsou jeho výsledky přesné. Při pohledu na tabulku se jako další faktor ovlivňující přesnost průzkumu jeví zkušenost. Přesněji řečeno, oba průzkumy z roku 2010 se umístily na posledních dvou místech. Nicméně toto není tak průkazné, neboť zatímco průzkumy z let 2013 dělilo od voleb

maximálně 11 dní, v roce 2010 byl tento rozestup 18, resp. 27 dní. Je tedy problematické jasně rozlišit, který z těchto faktorů má větší dopad na přesnost výsledků.

Naopak velikost vzorku se jeví jako nepodstatná s ohledem na přesnost výzkumu. Nejvíce respondentů (1 083) z vybraných případů bylo dotázáno v průzkumu Medianu v roce 2013, nejmenší vzorek využila ve stejném roce agentura CVVM (545). Oba tyto průzkumy však dosáhly stejného výsledku. Z tabulky rovněž vyplývá, že větší vliv na přesnost průzkumu nemá metoda ani typ otázky, což lze nejlépe dokázat na stejném příkladu. Agentura Median využila ve svém průzkumu v roce 2013 pravděpodobnostní metodu a otevřenou otázku, CVVM postupovala v roce kvótním výběrem a dotazovala se uzavřenou otázkou.

Pro porovnání vybraných agentur mezi sebou použijí opět kritérium průměrné odchylky. Výsledky agentur CVVM a Median z let 2010 a 2013 zprůměrují a porovná s výsledkem agentury STEM v roce 2013. Protože je v tomto srovnání agentura STEM zastoupena pouze jedním průzkumem, mohou být výsledky z tohoto pohledu lehce zkreslené. Nejlépe v tomto srovnání dopadla právě agentura STEM, jejíž výsledek je 1,6 %. Průměrná odchylka agentury CVVM v součtu z obou let je 2,4 %. Nejhůře dopadl Median, který dosáhl na hodnotu 2,6 %.

pořadí	agentura	průměrná odchylka celkem
1.	STEM	1,6 %
2.	CVVM	2,4 %
3.	Median	2,6 %

6. Závěr

Odpověď na výzkumnou otázku této práce – jaké jsou limity a omezení předvolebních průzkumů – jsem hledal v teoretické části. Mezi ty největší patří především časový rozestup těchto šetření od konání voleb v souvislosti s nestálostí elektorátu, dále je to rozdíl v přístupu respondentů k průzkumu a rozhodování voličů u voleb. Přesnost výsledků předvolebních průzkumů také značně ovlivňuje fakt, že se tato šetření provádí pouze na malém vzorku celé populace. Projevit se tak mohou nedostatky metody výběru respondentů a výsledky jsou zatíženy statistickou chybou. Ve spojitosti s náklady na výzkum a jeho přesností zůstává otázkou, jak velký by tento vzorek měl být. Ukázalo se však, že velikost souboru dotázaných nemá přímý vliv na přesnost předvolebních průzkumů. Největší výzvu pro výzkumníky představují nerozhodnutí voliči. Nezbytným předpokladem pro úspěšný předvolební

průzkum představuje zkušenost agentur a jejich výzkumníků. Pro dosažení přesných výsledků předvolebního průzkumu je důležitá také správná organizace. Agentury tedy musí disponovat kvalitní tazatelskou sítí, pozornost musí věnovat samotnému procesu dotazování, přičemž důležitá je i podoba dotazníku. K chybám může dojít také během zpracování a interpretace dat. Přesnost výsledků předvolebních průzkumů mohou ovlivnit i specifika volebního systému a funkčnost tržního prostředí.

Zda se s těmito nástrahami daří výzkumníkům vypořádat, jsem ověřoval srovnáním předvolebních průzkumů s výsledky voleb. Přestože celkově lze všechny zkoumané průzkumy považovat za relativně přesné, neboť nejvyšší průměrná odchylka činila 3 %, každý z těchto průzkumů se vždy alespoň v jednom případě dopustil výraznější nepřesnosti (CVVM se v roce 2010 zmýlila o 8,4 %). Příčinou těchto odchylek jsou vnější vlivy. V případě ČSSD se v obou zkoumaných letech projevil absenční efekt (Štrojsa, 2011, s. 42). V roce 2010 podcenily agentury výsledek TOP 09, v roce 2013 zase oproti průzkumům překvapilo hnutí ANO. V obou těchto případech šlo o důsledek rozhodování voličů na poslední chvíli. Samostatnou kapitolu představují průzkumy agentury STEM zveřejněné v podobě odhadu zisku poslaneckých mandátů. Ty lze bezpochyby označit za nepřesné, což dokládá, že odhadnout, jakým způsobem se na výsledcích projeví d'Hondtova metoda, není snadný úkol.

Původní hypotéza, která zněla: limity předvolebních průzkumů jsou natolik velké, že není možné přesně změřit voličskou podporu jednotlivých stran a spolehlivě odhadnout výsledky voleb, lze označit za ověřenou. Naopak vyvrácen byl předpoklad, který vyplynul z teoretické části, že předvolební průzkumy jsou přesnější v odhadu preferencí stran, které mají stabilnější elektorát.

Ze srovnání výsledků jednotlivých průzkumů mezi sebou vyplývá, že největší vliv na přesnost předvolebních průzkumů má časový rozestup od konání voleb. Jako významný faktor s negativními dopady na přesnost výsledků se jeví i chybějící zkušenost. A právě získání dostatku zkušeností by mělo být cestou, jak se lépe vypořádat se všemi negativními vlivy působícími na přesnost předvolebních průzkumů.

Použitá literatura

Tištěná literatura

1. BRADOVÁ, Eva a Tomáš LEBEDA, 2007. Nerozhodnutí voliči a volební kampaň. In: LEBEDA, Tomáš et. al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav AV ČR [cit. 2017-04-04]. ISBN 978-80-7330-126-2.
2. EIBL, Otto, 2006. Předvolební průzkumy a jejich možný dopad na chování aktérů politické soutěže. In: ČALOUŠ, Dalibor, Tomáš FOLTÝN, Vlastimil HAVLÍK a Anna MATOUŠKOVÁ, eds. *Volby do Poslanecké sněmovny 2006*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, s. 89-107. ISBN 80-7325-108-6.
3. HENN, Matt, 1998. *Opinion polls and volatile electorates: Problems and issues in polling european societies*. Sydney: Ashgate. ISBN 1840144165.
4. CHÁBOVÁ, Kristýna, 2011. *Komparace metodických přístupů předvolebních průzkumů používaných v ČR*. Praha [cit. 2017-05-02]. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Katedra sociologie. Vedoucí práce Ing. Petra Průšová.
5. CHÁBOVÁ, Kristýna, 2013. Komparace metodických postupů předvolebních průzkumů agentur CVVM, ppm factum, Median a STEM. *Naše společnost*. Vol. 11, no. 1, s. 25-35. Dostupné také z:
http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a7058/fl1/Komparace%20metodick%C3%BDch%20postup%C5%AF%20p%C5%99edvolebn%C3%ADch%20pr%C5%AFzkum%C5%AF.pdf.
6. CHYTILEK, Roman, 2010. Volební průzkumy. In: BALÍK, Stanislav et al. *Volby do Poslanecké sněmovny v roce 2010*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury (CDK), s. 135-157. ISBN 978-80-7325-224-3.
7. KREIDL, Martin, 2004. Porovnání práce výzkumných agentur na základě srovnání validity standardizovaných měřicích instrumentů. In: KREJČÍ, Jindřich. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. s. 119-129. ISBN 80-7330-056-7.
8. KREJČÍ, Jindřich, 2004. Podmínky pro realizaci výběrových šetření v České republice. In: KREJČÍ, Jindřich, ed. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. s. 67-86. ISBN 80-7330-056-7.
9. KREJČÍ, Jindřich, 2004a. Volební průzkumy a společnost. In: KREJČÍ, Jindřich, ed. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. s. 13-32. ISBN 80-7330-056-7.
10. KREJČÍ, Jindřich, 2008. *Kvalita sociálněvědních výběrových šetření v České republice*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON). ISBN 978-80-7419-001-8.
11. LEBEDA, Tomáš, 2003. Průzkumy volebních preferencí před volbami do Sněmovny 2002: Srovnání výzkumů agentur CVVM, STEM a TNSF. *Politologický časopis*. Vol.

- 10, no. 1, s. 22-37. Dostupné také z:
<http://www.politologickycasopis.cz/userfiles/file/2003/1/2003-1-2-Tom%E2%80%A0%C3%81%20Lebeda%20-%20Pr%C3%96zkumy%20volebn%C2%B0ch%20preferenc%C2%B0%20p%C5%BCed%20volbami%20do%20Sn%C5%8Dmovny%202002.pdf>.
12. LEBEDA, Tomáš, 2004. Výzkumy volebních preferencí v konfrontaci s volebními výsledky. In: KREJČÍ, Jindřich, ed. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. s. 97-118. ISBN 80-7330-056-7.
13. LEBEDA, Tomáš, Jindřich Krejčí a Yana Leontiyeva, 2004. Výzkumy volebních preferencí realizované v ČR. In: KREJČÍ, Jindřich, ed. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR. s. 13-32. ISBN 80-7330-056-7.
14. LEBEDA, Tomáš, et al., 2007. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR. ISBN 978-807330-126-2.
15. LEBEDA, Tomáš a Jindřich Krejčí, 2007. Výzkumy volebních preferencí a jejich prezentace v médiích. In: LEBEDA, Tomáš, et al. *Voliči a volby 2006*. Praha: Sociologický ústav Akademie věd ČR, s. 37-62. ISBN 978-807330-126-2.
16. ŠTROJSA, Miloš, 2011. *Role a vliv předvolebních průzkumů na výsledek parlamentních voleb v ČR v roce 2010*. Praha [cit. 2017-05-02]. Bakalářská práce. Univerzita Karlova v Praze, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Vedoucí práce PhDr. Ing. Petr Soukup.
17. VINOPAL, Jiří, 2006. Povaha předvolebních průzkumů a jejich role v rozhodování voličů. *Naše společnost*. Vol. 4, no. 1, s. 3-8. Dostupné také z:
http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c3/a3996/fl11/Nase%20spolecnost%202006_1.pdf.

Elektronické zdroje:

1. ČESKO, 1995. Zákon č. 247 ze dne 27. září 1995 o volbách do Parlamentu České republiky. In: *Sbírka zákonů České republiky*. Částka 65, s. 3529-2554. Dostupný také z: http://www.senat.cz/senat/volby/zak247_1995.php.
2. ČSÚ, c2013. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 02. 06.-03. 06. 2006. *Volby.cz* [online]. Praha: Český statistický úřad, [cit. 2017-03-28]. Dostupné z: <http://volby.cz/pls/ps2006/ps2?xjazyk=CZ>.
3. ČSÚ, c2013a. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 28. 05.-29. 05. 2010. *Volby.cz* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2017-01-31]. Dostupné z: <http://www.volby.cz/pls/ps2010/ps2?xjazyk=CZ>.
4. ČSÚ, c2013b. Volby do Poslanecké sněmovny Parlamentu České republiky konané ve dnech 25. 10.-26. 10. 2013. *Volby.cz* [online]. Praha: Český statistický úřad [cit. 2017-02-22]. Dostupné z: <http://www.volby.cz/pls/ps2013/ps2?xjazyk=CZ>.

5. HERZMAN, Jan, 2010. *Rozhodování českých voličů* [online]. Praha: Factum Invenio, 25. červen 2010, 4 s. [cit 2017-04-29]. Dostupné z: <http://www.factum.cz/file/4322>. Tisková zpráva.
6. JANEČEK, Arnošt a Daniel PROKOP, 2010. *Volební model, stranické preference, vývoj voličských preferencí: duben 2010* [online]. Praha: Median s.r.o., 11 s. [cit 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/preference_2010_04.pdf. Tisková zpráva.
7. Kdo jsme, 2017. *Centrum pro výzkum veřejného mínění* [online]. Praha: Sociologický ústav AV ČR, posl. aktualizace: 28. 4. 16:27 [cit. 2017-03-01]. Dostupné z: <http://cvvm.soc.cas.cz/o-nas/kdo-jsme>.
8. KUNŠTÁT, Daniel, 2010. *Stranické preference a volební model v květnu 2010* [online]. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, 19. květen 2010, 4 s. [cit 2017-04-28]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a3762/f3/101038s_pv100519.pdf. Tisková zpráva Pv100519.
9. KUNŠTÁT, Daniel, 2013. *Stranické preference a volební model v říjnu 2013* [online]. Praha: Centrum pro výzkum veřejného mínění, Sociologický ústav AV ČR, 21. říjen 2013, 3 s. [cit. 2017-04-27]. Dostupné z: http://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c1/a7102/f3/pv131021.pdf. Tisková zpráva Pv131021.
10. Kvalitativní standardy, 2017. *SIMAR* [online]. Praha: SIMAR [cit. 2017-05-03]. Dostupné z: <http://simar.cz/standardy/kvalitativni-standardy/>.
11. MEDIAN, 2013. *Sněmovní volební model (září-říjen 2013)* [online]. Praha: Median s.r.o., 18. října 2013, 11 s. [cit 2017-04-28]. Dostupné z: http://www.median.eu/cs/wp-content/uploads/docs/preference_2013_09.pdf.
12. SC&C a SPSS CR, 2010. *Exit poll: Závěrečná zpráva SC&C a SPSS CR pro Českou televizi* [online]. Praha: SC&C, 1. června 2010, 19 s. [cit 2017-04-28]. Dostupné z: <http://img2.ct24.cz/multimedia/documents/17/1699/169810.doc>.
13. STEM, 2010. *Preference politických stran květen 2010* [online]. Praha: STEM, 17. květen 2010, 4 s., [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: https://www.stem.cz/wp-content/uploads/2015/12/1947_1264.pdf. Tisková zpráva STEM 17. 5. 2010.
14. STEM, 2013. *Rozhodování voličů o hlasování ve volbách* [online]. Praha: STEM, 14. 11. 2013 [cit. 2017-04-28]. Informace z výzkumu: STEM Trendy, 11/2013. Dostupné z: <https://www.stem.cz/rozhodovani-volicu-o-hlasovani-ve-volbach/>.
15. STEM, 2013a. *Volební model říjen 2013*. In: *Stem.cz* [online]. Praha: STEM, 18. říjen 2013, 3 s. [cit. 2017-04-28]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/volebni-model-rijen-2013/>.
16. STEM, 2016. *O nás*. *Stem* [online]. Praha: STEM [2016] [cit. 2017-03-02]. Dostupné z: <https://www.stem.cz/o-nas/>.

17. World Association for Public Opinion Research. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-, last modified on 20 February 2017 [cit. 2017-03-23]. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Association_for_Public_Opinion_Research.