



PŘEDVOLEBNÍ PRŮZKUMY V KAMPANI

Znalostí vůle lidí.

“Tady nejde o to říkat si, že politická vůle nebo není politická vůle. Přeci politické strany nemůžou být odtržené od lidí. Já závidím těm politickým stranám, kteří, které kašlou na lidi. Sociální demokracie pod mým vedením to dělat nebude.”



K ČEMU PRŮZKUMY SLOUŽÍ A PROČ JSOU TAK OBLÍBENÉ?

- zpětná vazba pro politické strany
- informační médium pro strany i voliče
- prostředek kampaně
- součást zpravodajství
- “objektivní”
- snadno čitelné
- seriálový charakter

VLIV NA VOLEBNÍ VÝSLEDEK?

- možná ano, možná ne
- vliv se projevuje zejména ve vztahu k psychologickým účinkům volebních systémů a k subjektivní hodnotě hlasu
- problém často s prezentací výsledků - nedbalá práce novinářů (data prezentována jako “objektivní” fakta)

VLIV NA VOLEBNÍ VÝSLEDEK?

- mobilizace/demobilizace (roste psychologická hodnota hlasu)
- bandwagon/underdog efekt
- wasted vote efekt

VLIV?

		Rozhodně důležité	Spíše důležité	Spíše nedůležité	Rozhodně nedůležité	Neví
Média	voliči	42	43	8	3	4
	respondent	14	53	29	18	5
Předvolební výzkumy	voliči	8	40	31	10	11
	respondent	4	22	39	29	6
Předvolební programy politických stran	voliči	26	48	17	3	6
	respondent	27	36	17	14	6
Aféry představitelů politických stran	voliči	32	41	16	4	7
	respondent	19	32	24	19	6
Rodina a přátelé	voliči	17	41	25	8	9
	respondent	14	36	26	18	6
Politické přesvědčení	voliči	41	41	8	3	7
	respondent	33	35	12	13	7
Dlouhodobý příklon k politické straně	voliči	39	42	8	3	8
	respondent	28	31	17	15	9

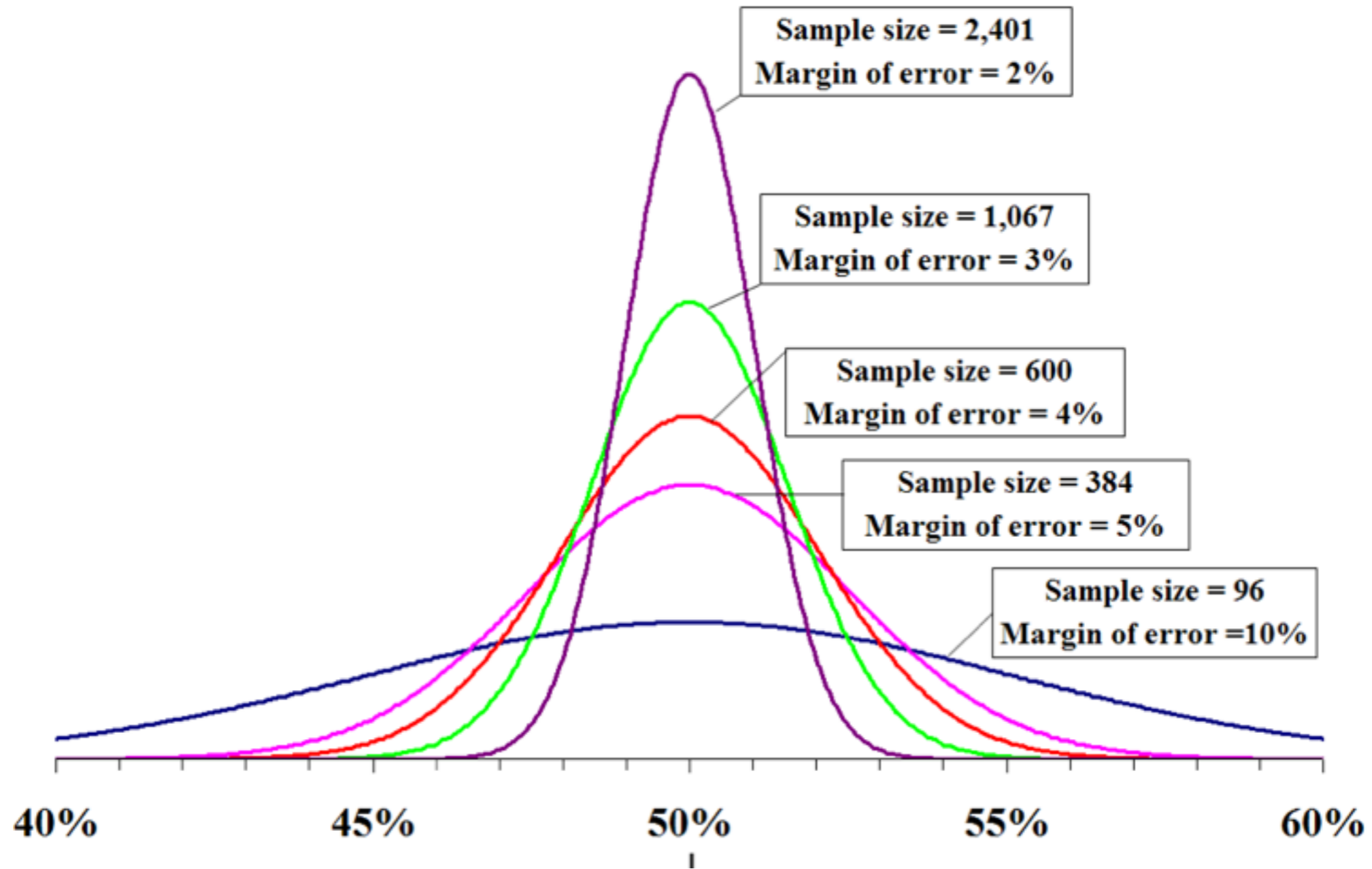
VLIV?

Stát	Omezení publikace průzkumů před volbami
Belgie	Žádné
Česká republika	Zákaz 3 dny před konáním voleb
Dánsko	Žádné
Estonsko	Žádné
Finsko	Žádné
Francie	Zákaz jeden den před konáním voleb
Irsko	Zákaz v den voleb
Itálie	Zákaz 15 dní před konáním voleb
Litva	Zákaz 30 hodin před konáním voleb [‡]
Lotyšsko	Žádné
Lucembursko	Žádné
Maďarsko	Zákaz 8 dní před volbami
Malta	Zákaz jeden den před konáním voleb
Německo	Žádné ^{‡‡}
Nizozemí	Žádné
Polsko	Zákaz jeden den před konáním voleb
Portugalsko	Zákaz jeden den před konáním voleb
Rakousko	Žádné
Řecko	Zákaz 15 dní před konáním voleb
Slovensko	Zákaz v den voleb
Slovinsko	Zákaz 7 dní před konáním voleb
Španělsko	Zákaz 5 dnů před konáním voleb
Švédsko	Žádné
Velká Británie	Zákaz v den voleb

[‡] Publikace předvolebních průzkumů jako taková zakázána není, zákaz se vztahuje pouze na oblast užití – předvolební průzkum je zakázáno zveřejňovat jako součást probíhající kampaně politických stran.

^{‡‡} Výjimku představuje zveřejňování výsledků exit pollu před uzavřením volebních místností.

INTERVAL, NE ABSOLUTNÍ HODNOTA!



VLIV MÍNĚNÍ DRUHÝCH

- je důležité, abyste se cítili dobře (ve společnosti druhých) i za tu cenu, že souhlasíte s očividným nesmyslem?
- to, co je ve většinové společnosti norma, stává se normou pro posuzování druhých a jejich chování
- s míněním a obsahy se dá poměrně snadno manipulovat

VLIV MÍNĚNÍ DRUHÝCH (SALOMON ASCH)

- Aschův experiment - studenti požádáni, aby označili čáru o stejné délce jako je na první kartě
- ve skupině většina těch, kteří spolupracovali s výzkumníky - záměrně odpovídali nesprávně
- sledována byla frekvence chybných odpovědí u pokusných subjektů
- dvě řešení: vzdorovat většině nebo rezignovat na zdravý rozum

KRITÉRIA SPOLEHLIVOSTI

- kdo průzkum provedl?
- kdo za něj zaplatil?
- jak velký byl vzorek?
- jak byl vzorek vybrán?
- v jaké oblasti byl průzkum prováděn?
- kdy byl průzkum proveden?
- jak zněly otázky, které byly respondentům položeny?
- v jakém pořadí byly otázky kladeny?
- jaké bylo pořadí otázek?
- jsou výsledky založené na odpovědi všech respondentů?

RŮZNÉ TYPY PREFERENCÍ?

- stranické preference
- voličské preference
- volební prognóza
- (stranické sympatie)

PUSH POLLS: NEETICKÉ “DOTAZOVÁNÍ”

- cílem není v žádném případě sběr informací
- naopak chce informace šířit
- velmi krátké, většinou telefonické “šetření” - příbuznost s telemarketingem, spíše však jde o čistou propagandu
- pokládané dotazy jsou značně manipulativní
- cílem je posílit/vytvořit negativní obraz protivníka
- osloveno je enormní množství “respondentů”

PUSH POLLS: NEETICKÉ “DOTAZOVÁNÍ”

- nejjemnější metoda - připomenout voličům nějaké téma (navrácení tématu do /veřejné/ diskuse)
- “seřadte kandidáty podle toho, jak si myslíte, že budou úspěšní v řešení daného problému”
- lidé začnou o kandidátech přemýšlet
- drsné varianty - uvádění lživých výroků o kandidátech