

Úryvok z:

Sartori, Giovanni. 2011. *Srovnávací ústavní inženýrství: Zkoumání struktur, podnětů a výsledků*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Personalizované hlasování je příznačné pro většinové systémy s jednomandátovými volebními obvody (tedy i pro systémy dvoukolového hlasování). Kandidáti jsou samozřejmě i v tomto případě zpravidla členy nějaké strany a byli vybráni stranickou cestou. V obvodech, které obsazují pouze jeden mandát, ale voliči konkrétně vidí konkrétní neanonymní osoby. To, že je „vidí“, však ještě samo o sobě neznamena, že osoba má větší váhu než strana. V systému jednomandátových volebních obvodů musí strany hledat „dobrého kandidáta“ ber kde ber v tom případě – a jenom v tom případě –, že voliči daného obvodu jsou nespolehliví, tedy je-li náskok před ostatními stranami pouze malý a snadno dosažitelný. V „jistých“ volebních obvodech, ve kterých daná strana volby co volby získává dostatečnou většinu, už strany nejsou tak přísně nuceny hledat toho, kdo je nejvhodnější (z hlediska šancí na vítězství), a mohou si dovolit postavit vlastní zasloužilé členy. Otázkou tedy je, na čem závisí „jistota“ volebních obvodů. V této souvislosti se dnes tvrdí, že ve většině tradičních západních demokracií jednak oslabuje sebeidentifikace jednotlivých politických stran obecně, jednak ubývá lidí ztotožňujících se s nějakou stranou, a že tedy postupně mizí i „jisté“ volební obvody. Ve Spojených státech však tavící kotol přestal „tavit“, a tak je na vzestupu etnické „blokové hlasování“; etnická příslušnost a jazyk se jako mocná srážedla vrátily také do jiných zemí a ideologické či jiné identifikace jsou stále silné v nových či méně stabilních demokraciích. Tradiční „jisté“ skupiny voličů se sice stávají nejistými, mezitím však vznikají skupiny nové.

Ať je tomu jakkoli, stále platí, že jednomandátové volební obvody nutí strany alespoň trochu dbát na osobnostní charakteristiky kandidátů. Římský císař Caligula učinil senátorem svého koně a výraz „Caligulův kůň“ ve volební politice naznačuje, že může být zvolen kdokoli (dokonce i kůň). Caligulovi koně se však v rámci personalizované volby neprosazují tak snadno jako v systémech s kandidátními listinami ve vícemandátových obvodech.

Úryvok z:

Chytilík, Roman et al. 2014. "Vzhled jako kognitivní zkratka v politickém uvažování: Experimentální studie vlivu stereotypů na hodnocení politiků v prostředí se silnou přítomností politických témat." *Sociální studia* 11(801–108).

## Diskuse

Výsledky naší experimentální studie lze v kontextu předchozího výzkumu působnosti stereotypů založených na vzhledu kandidáta považovat za poměrně zajímavé. Řada výzkumů totiž upřednostňuje právě roli vizuálních aspektů kandidáta jakožto klíčový faktor volebního rozhodování voličů na úkor jeho politických pozic (jinými slovy upřednostňují formu před obsahem). My jsme se zaměřili na testování vlivu stereotypů na hodnocení kandidátů v prostředí, kde byl důraz kladen právě na obsahovou složku kandidátovy nabídky. Formální stránka však byla také přítomna – ve formě fotografie kandidáta. Tento postup přinesl ne zcela obvyklé výsledky – ukázalo se totiž, že role stereotypů není univerzálně platná. V případě tohoto výzkumu se *neprokázala* role stereotypů spojených s vysokým věkem, obezitou ani cizí etnicitou kandidáta v hodnocení politických kandidátů. Nejsme však přesvědčeni o tom, že by se jednalo o projev vysoké míry tolerance našich experimentálních subjektů k nestandardním (fyziologickým a fenotypálním) rysům politiků. Naopak se domníváme, že

jde skutečně spíše o důsledek nastavení našeho experimentálního designu, jehož cílem bylo zkoumat voliče v momentě, kdy se v jejich politickém rozhodování do popředí významně prosazují politická témata. Je pozoruhodné, že tento aspekt volby je ve většině dostupné literatury věnující se stereotypům ve volebním rozhodování opomíjen a velká část výzkumné praxe se zaměřuje na podmínku nízké informovanosti voličů, kde politická témata hrají spíše marginální, či dokonce žádnou roli. Naše poznatky jsou tak v souladu s výzkumem Riggle a kol. (1992), podle něhož se s přítomností ideologie a politických pozic kandidátů zmenšuje prostor pro působení stereotypních rozhodovacích zkratk odvozených od toho, jak kandidáti vypadají.

V informačně komplexním prostředí, ve kterém mají voliči k dispozici dobrou informaci o postojích kandidátů, tak nepozorujeme ani vliv vzdálenosti kandidáta od postojů voliče na to, zda je volič ve svém politickém usuzování ovlivňován stereotypy. Tímto se do značné míry odkláníme od poznatků experimentu Schuberta a kol. (2011), kteří vysvětlují zvyšování volitelnosti kandidátů působením vzhledu kandidáta za pomoci asimilačního efektu, kterým voliči v případě standardně vypadajících kandidátů zkreslují politické postoje kandidátů tak, aby byly více v souladu s jejich vlastními postoji. Na základě našich dat nelze potvrdit přítomnost přímých ani nepřímých vlivů vzhledu kandidáta na míru jeho volitelnosti. Přikláníme se tedy k názoru, že primární funkci základního prvku volebního rozhodnutí plní pozice kandidátů v jednotlivých politických tématech, jsou-li v politickém prostoru přítomny, a celková ideová vzdálenost kandidáta od voliče. Přitom ani význam jednotlivých politických témat pro voliče s vlivem stereotypů v politickém rozhodování nesouvisí.

Při formulaci závěrů musíme mít na zřeteli ne zcela nevýznamné limity našeho výzkumu. Vzhledem k experimentálnímu designu lze výše zmíněné výsledky vztahovat pouze k prostředí naší studie a není možné je zobecňovat na celou populaci České republiky. Naše výsledky jsou relevantní především v kontextu teoretických východisek výzkumné problematiky související se stereotypy odvozenými od vzhledu politických kandidátů.

## **Závěr**

Náš experimentální výzkum vnáší nové téma – a zaplňuje tak pomyslné bílé místo – do studia rozhodování voličů v České republice. Navazujeme přitom na celou řadu vědeckých poznatků vycházejících zejména z experimentálního výzkumu v USA. To, že je takový postup žádoucí, je nepochybné, vzhledem k tomu, že právě retestování vědeckých poznatků napříč různým socio-politickým prostředím může posílit validitu výzkumných závěrů a ukázat, zda se jedná o univerzálně platná teoretická východiska. Přenos výzkumných témat do nových prostředí je přitom vždy do jisté míry problematický, neboť je nutné výzkum adaptovat na podmínky každého takového prostředí. V našem případě bylo tedy nutné vzít ohled na podobu českého politického systému, jenž nastavuje určité mantinely volební soutěže. Přitom předpokládáme, že právě v našich podmínkách je v rámci volební soutěže klíčová informace o politických postojích, ať již jednotlivých kandidátů nebo politických stran a jejich lídrů obecně. Ačkoliv i v českém politickém prostředí předpokládáme nedokonalou informovanost voličů, jsou právě politická témata stěžejním obsahem volebních kampaní a klíčovým typem informace o jednotlivých politických aktérech. Výsledky této experimentální studie pak ukazují,

že v prostředí se silnou přítomností politických témat se prostor pro působení stereotypních zkratk vyvozených ze vzhledu kandidátů výrazně snižuje a nelze jej srovnávat s rolí stereotypů ve volbách s nízkou mírou informací.

Úryvok z:

Eibl, Otto, Jozef Zagraban, and Jozef Janovský. 2014. "Pamät' a voľba vo vysoko personalizovaných voľbách: Prípadová štúdia k prvej priamej voľbe prezidenta v Českej republike." *Sociológia* 46(4): 373–92.

### **Záverečná diskusia**

V našom texte sme analyzovali schopnosť voličov spomenúť si na kampane rôznych kandidátov, ktorý sa zúčastnili prezidentských volieb. Z našich výsledkov, v rámci testovania hypotéz, vychádza, že väčšina voličov bola dopredu rozhodnutá koho bude voliť a následne si mnohí pamätali práve kampaň kandidáta, ktorého zvažovali. Čo je však zaujímavé respondenti si nie vždy dokázali spomenúť na kampane kandidátov, ktorých zvažovali. Tento záver sa približuje hypotéze o minimálnych efektoch predvolebnej kampane. (Campbell et al. 1960) Kampane posilňujú pôvodnú voľbu mobilizovaním

voličových predispozícií a identifikácie. V tomto zmysle sa dá tvrdiť, že kampane len potvrdzujú voličovi jeho rozhodnutie (Berelson et al. 1954), pričom voliči sledujú len informácie, ktoré sú v zhode s ich názorom a výberom kandidáta/strany (Hansen – Pedersen 2008) a pamätajú si len také rámovanie problémov (napríklad tém v kampani), ktoré nespochybňujú ich výber vo voľbách. Ľudia využívajú najmenej nákladné informácie na vykonanie volebného rozhodnutia, ktoré sa skladajú z privátnych informácií (tých, ktoré získavajú pravidelne v každodennom živote) a verejných informácií (tých, ktoré získavajú pomocou kampaní). Verejné informácie môžu spôsobiť pohyby v názore ľudí, ale tieto pohyby ostávajú ohraničené práve privátnymi názormi, ktoré si ľudia udržiavajú v dlhšom časovom horizonte. (Ansolabehere 2001)

Väčšina z našich výsledkov odpovedá teoretickým predpokladom. Na tomto mieste však musíme upozorniť i na niektoré otázky a možné problémy, ktoré sú s našim, ale i budúcim, výskumom spojené. Mohli by sme ich rozdeliť na dve oblasti – výzvy v oblasti výsledkov a výzvy v oblasti metodológie. Preto sme sa namiesto záveru rozhodli tento priestor využiť na určitú diskusiu o nich.

Pokiaľ dochádzalo k rozhodovaniu medzi kandidátmi, ktorých chcel volič voliť, jednalo sa len o kandidátov, ktorí boli názorovo kompatibilní. Tento výsledok naznačuje, že vplyv na rozhodovanie má stranícka príbuznosť alebo ideologická príbuznosť. Pričom obe môžu pôsobiť ako heuristiky, to znamená skratky, ktoré voliči využívajú pri svojom rozhodovaní. Lau a Redlawsk (2001) poukazujú na to, že všetci voliči využívajú pri rozhodovaní heuristiky, samozrejme v rozličnej miere a ich využívanie narastá s komplexitou rozhodovania. Voliči sa držia svojich predispozícií a istých stereotypných názorov, pričom následne už venujú menšiu pozornosť špecifikám, ktoré kandidáti prezentujú v kampani.

Z našich výsledkov vyplýva, že schopnosť vybaviť si čo najlepšie kampaň odrážala a) kandidátov z druhého kola, b) kandidátov, ktorých skutočne voliči v prvom kole volili. Na ďalších miestach sa však už skreslenie (bias) nepreukázalo, viac šlo o to, ako sa jednotliví kandidáti prezentovali. Môžeme tak predpokladať, že osobnosť kandidáta hrá rolu<sup>8</sup>. V oboch zmienených prípadoch sa tak otvárajú otázky ako sú v skutočnosti informácie vyberané a spracovávané. Táto oblasť by si zaslúžila ďalšie testovanie. Podobne tak náš výskum otvára metodologické otázky. Sami si uvedomujeme limity, v ktorých sa výsledky nachádzajú. Vychádzame z dát, ktoré zozbieralo CVVM po druhom kole volieb. Tieto dáta sú výsledkom odpovedí v jednom, určitom čase a už zo svojej podstaty je pomocou nich veľmi zložitá skúmať proces hľadania informácií a rozhodovania, nakoľko sa obe tieto činnosti môžu odohrávať vo

---

<sup>8</sup> Samotná osobnosť kandidáta tiež môže slúžiť ako skratka k politickému rozhodnutiu. (Popkin 1994)

väčšom časovom úseku, respektíve v priebehu času. Nemôžeme tak uspokojivo odpovedať na otázku, ako boli informácie zozbierané a ako konkrétne rozhodovanie prebiehalo. Do budúca tak navrhujeme prikloniť sa v tejto oblasti výskumu k experimentálnej metóde. Tá umožňuje testovať proces spracovanie informácií a následnú schopnosť vybaviť si dané informácie z pamäti skutočne komplexne. Experiment tak umožňuje skúmanie kauzálnych vzťahov tam, kde observačná metóda zlyháva. Práve nový prístup k výskumu nami predstavenej oblasti vnímame ako jednu z hlavných výziev do budúcnosti.