

# Volební preference, jak jim správně porozumět<sup>1</sup>

*Tomáš Lebeda, Jindřich Krejčí, Yana Leontiyeva*

Výzkumy volebních preferencí jsou snad nejsledovanějšími produkty agentur zabývajících se výzkumy veřejného mínění. Informace, která se prostřednictvím médií dostává zpět k veřejnosti, však není jen popisem sociální reality, ale může tuto realitu i spoluutvářet. Samotné výsledky výzkumů mohou ovlivnit postoje ve společnosti. Nejen proto je třeba rozumět, jakou informaci nám výzkumy volebních preferencí dávají a jak jim správně rozumět. Tyto výzkumy se liší svými cíli, použitou metodikou i načasováním. Následující stať se snaží alespoň v hrubých rysech přiblížit všechny tyto dimenze<sup>2</sup>.

## **Kontinuální šetření stranických preferencí**

V České republice probíhají tři dlouhodobé programy pravidelných šetření stranických preferencí. Přípravují je agentury CVVM<sup>3</sup>, STEM a Factum Invenio (donesávna TNS Factum<sup>4</sup>). Všechny tři programy jsou založeny na organizaci omnibusových šetření<sup>5</sup>, do kterých je pravidelně zařazován modul otázek s volební tematikou. Základní výstupy těchto šetření jsou zveřejňovány ve formě tiskových zpráv. Tato praxe odpovídá současné běžné situaci jinde ve světě. České výzkumy se od většiny ostatních liší tím, že jejich výsledky jsou dostupné zdarma nebo za minimální poplatek. Program CVVM je hrazen ze státního rozpočtu a komerční organizace STEM a Factum Invenio využívají výhody reklamy spojené s publikací svých výsledků v médiích.

Pokud se týká časové dimenze, nejstarší a tedy nejdelší řadou výsledků vhodných pro trendové studie je program CVVM. Ten trvá již od roku 1990. Projekt šetření TRENDY, organizovaný agenturou STEM, je v běhu od roku 1991. Nejmladší je kontinuální výzkum preferencí Factum Invenio, jenž je do omnibusu této agentury pravidelně zařazován od roku

---

<sup>1</sup> Tento článek vychází ze stati [Lebeda, Krejčí, Leontiyeva, 2004].

<sup>2</sup> Problematice se podrobně věnuje monografie [Krejčí 2004].

<sup>3</sup> Před přefazením z Českého statistického úřadu pod Sociologický ústav AV ČR (1.1.2001) nesla tato agentura název IVVM (Institut pro výzkum veřejného mínění).

<sup>4</sup> Od června 2004, po změně vlastnických vztahů, je společnost TNS Factum přejmenovaná na Factum Invenio. Zcela původní jméno společnosti bylo Factum non-fabula a později Sofres Factum.

<sup>5</sup> Omnibusové výzkumy sdružují více výzkumných témat a agentury v nich zpravidla nabízejí prostor pro umístění modulů otázek od různých zadavatelů týkajících se velmi různých témat.

1994. Šetření se liší periodicitou. Výzkum CVVM byl od počátku navržen a realizován jako program pravidelných měsíčních výzkumů. Tak je tomu víceméně dodnes, přičemž počet provedených výzkumů v roce většinou kolísá mezi 10 až 12. Frekvence výzkumů preferencí STEM a TNS Factum se v průběhu času měnila. Původní šetření byla též měsíční, ale nyní STEM provádí omnibusový výzkum každých 14 dní a Factum Invenio každý týden. Otázky o stranických preferencích tak mohou být zařazovány ve čtrnáctidenních a týdenních periodách.

Kontinuální výzkumy slouží jak pro aktuální mediální zpravodajství i pro analýzy trendů ve vývoji podpory pro jednotlivé politické subjekty, hlubší analýzy politických postojů a analýzy vztahů mezi politickými a dalšími postoji. Řada dat je veřejně dostupná a slouží jako zdroj dat pro sekundární analýzy v oblasti akademického výzkumu i pro hlubší souhrnné analýzy připravené analytiky výzkumných agentur. Data z těchto výzkumů se uplatňují také v mezinárodních komparativních projektech. Patří k důležitým a využívaným zdrojům sociálních informací o naší společnosti.

### **Předvolební průzkumy**

Poptávka po informacích založených na šetření stranických preferencí graduje v období voleb, kdy počet prováděných šetření výrazně roste. Charakter těchto šetření může být dost odlišný.

Na jedné straně jsou zadávána jednorázová i kontinuální šetření pro účely aktuálního předvolebního zpravodajství. Množství těchto výzkumů roste s každými volbami a zvětšuje se i jejich rozsah. Objevují se projekty s krátkou periodicitou opakovaných šetření, dokonce každodenní, a projekty zaměřené na odhadování výsledků v jednotlivých krajích. Jak ukazují prostá srovnání s volebními výsledky i komplexní analýzy [viz Lebeda 2004], spolehlivost jejich výstupů dost kolísá a je spíše nízká. Výsledky bývají používány bez nějaké složité analýzy v aktuálním zpravodajství, rychle zastarávají a jsou nahrazovány novějšími daty. Tato šetření organizují jak agentury, které se věnují šetření preferencí dlouhodobě a systematicky (STEM, TNS Factum, SC&C), tak renomované agentury, které se tomuto tématu věnují řidčeji (např. Median, Tambor, GfK, SC&C a další), i nejrůznější málo známé výzkumné iniciativy často bez patřičného profesionálního zázemí.

Volební výzkum dostává velký prostor i v akademické sféře, zejména v politologii a sociologii. Volební preference jsou pravidelnou součástí akademických výzkumů, protože

politické postoje jsou relevantní při studiu celé řady témat. Vědecký výzkum se však tolik nesoustřeďuje na rychlé získávání a spotřebaování aktuálních informací [viz např. Crespi 1980], ale spíše na studium trendů a vztahů.

### **Volební výzkumy exit-poll**

*Exit-poll* je anonymní dotazování respondentů systematicky vybíraných bezprostředně po odchodu z volební místnosti, které probíhá v průběhu samotných voleb. Tato metoda představuje jeden z typů volební prognózy. Na rozdíl od předvolebních výzkumů efektivně řeší problém „nerozhodnutých“ voličů.

Objektem šetření *Exit-pollu* jsou dospělí obyvatelé, kteří využili své občanské právo a skutečně se voleb zúčastnili. Jako každé kvantitativní šetření i tato metoda usiluje o dosažení maximální reprezentativnosti vybraného vzorku respondentů. Spolehlivost výstupů je zajištěna reprezentativním výběrem dotazovacích míst, zohledněním zkušeností z předchozích voleb a jiných výzkumů, znalostí sociálních a politických charakteristik jednotlivých lokalit a také značnou velikostí dotazovaného vzorku voličů. Respondenti jsou většinou vybíráni systematicky s náhodným začátkem.<sup>6</sup> Interval neboli „krok“ při výběru respondentů opouštějících volební místnost je předem stanovený na základě přibližných výpočtů. Obvykle jsou stanoveny odlišné intervaly dotazování pro obvody ve městech a na vesnicích a také pro dopolední a odpolední hodiny.

Oslovený respondent obvykle vyplňuje anonymní dotazník. Snaha přiblížit výzkum reálné volební situaci může vést až k tomu, že respondent vhazuje vyplněný „lístek“ do imitace volební urny. Samotný dotazník obvykle není příliš dlouhý a je sestaven tak, aby jeho vyplňování proběhlo bez komplikací a nezabralo příliš mnoho času. Pro volební šetření jsou zpravidla používány uzavřené otázky a pro usnadnění odpovědi jsou respondentům nabízeny karty obsahující možné odpovědi. Demografická část dotazníku obvykle obsahuje otázky týkající se věku a pohlaví respondenta, vzdělání, náboženského vyznání a zaměstnání. Odpovědi voličů dovolují výzkumníkům určit demografický profil příznivců jednotlivých stran nebo kandidátů a monitorovat „přesun hlasů“ z minulých voleb a volební motivace.

Pro dosažení vyšší kvality se data sebraná během volebního dotazování často převažují. Váhy mohou být konstruovány s pomocí dřívějších výsledků exit-pollů i jiných

---

<sup>6</sup> V instrukci pro tazatele můžeme najít např. následující pokyn: „Vyberte si prvního voliče který se Vám líbí, od něj odpočítejte dalších deset, kteří opustí volební místnost, a desátého respondenta dotazujte“.

výzkumů a jejich konfrontací se skutečnými výsledky voleb. Využity jsou statistické údaje o reálných demografických, sociálních a politických charakteristikách obyvatelstva ve zvolených lokalitách nebo v celé zemi. Způsob vypočtení vah a koeficientů není zdaleka univerzální a zpravidla je přísně střeženým „know-how“ výzkumných týmů.

Ačkoli jsou data sbírána v průběhu volebního dne (dnů), jejich zveřejnění není v řadě zemí před ukončením voleb povoleno. Důvodem k tomu je přesvědčení, že zveřejnění výsledku může významně ovlivnit volební rozhodování voličů, kteří zatím nehlasovali. Míra vlivu je sporná.

Hlavním cílem českých výzkumů *exit-poll* je vyhovět požadavkům médií na volební zpravodajství, poskytnout co nejdříve co nejpřesnější výsledky voleb v podobě jednoduché tabulky, vygenerovat data o situaci v budoucím parlamentu a zjistit další údaje o voličích a důvodech jejich rozhodnutí. Přesná předpověď má pochopitelně význam především v danou chvíli pro volební zpravodajství, nicméně další údaje z výzkumu jsou důležitým zdrojem pro následnou analýzu voleb. Vedle toho se *exit-poll* stává cenným zdrojem informací, které nejsou v takovém rozsahu a kvalitě jinak dostupné. Například udává velmi přesný sociodemografický profil voličů, kteří se voleb zúčastnili. Ten může být dosti odlišný od struktury celé dospělé populace. Poskytuje též velmi podrobné informace o sociodemografickém profilu voličů jednotlivých stran a pod.

Odpovědi z dotazování se obvykle zpracovávají přímo v televizním studiu. Jakmile to zákon dovolí, na obrazovkách se objeví „volební prognóza“. Ta je plně založena na datech *exit-pollu* a to ještě ne na všech. Tazatelé telefonují nebo posílají výsledky do studia průběžně, ale první prognóza je publikována hned po zavření volebních místností, takže poslední data ještě nejsou zpracována. Předpověď je postupně zpřesňována. Nejprve se tak děje zapracováním zbývajících dat z průzkumu. Posléze jsou zohledňovány i předběžné výsledky voleb, kterými je předpověď zpřesňována. Od té chvíle se mluví o „volebním odhadu“.

Výzkumy *Exit Poll* jsou běžné ve většině demokratických zemí. Na území České republiky byly organizovány při všech volbách do Poslanecké sněmovny Parlamentu od roku 1990. První *Exit Poll* organizovala v roce 1990 mezinárodní společnost Gallup. V roce 1992 bylo toto šetření pro Československou televizi organizováno konsorciem německé společnosti INFAS a českých agentur IVVM a Factum-non Fabula. V roce 1996 byly organizovány dva *Exit Polly*, pro Českou televizi výzkum připravily rakouský institut IFES a česká agentura SC&C, pro Novu německá INFAS za asistence Sofres-Factum. Obdobně tomu bylo v roce

1998, kdy pro Českou televizi Exit Poll organizovaly IFES a SC&C a pro Novu samostatně agentura Sofres-Factum. V posledních volbách do Poslanecké sněmovny v roce 2002, byl realizován pouze jeden Exit Poll, který pro Českou televizi připravila agentura SC&C. Stejná agentura pak o dva roky později realizovala pro Českou televizi Exit Poll v prvních evropských volbách.

### **Produkty prezentující výsledky výzkumů**

Stejně tak, jako se liší výzkumy svým časováním a charakterem, je možné rozlišovat i mezi různými druhy jejich výstupů. I jednoduchá tabulka frekvencí odpovědí na otázku, koho by respondent volil, může buď zahrnovat nevoliče, nerozhodnuté voliče a stoupence nekandidujících subjektů a popisovat tak spíše stávající situaci v podpoře jednotlivých politických subjektů a aktuálních postojů elektorátu, včetně míry nerozhodnosti a ochoty lidí účastnit se voleb nebo může zohledňovat pouze podporu subjektům, které budou kandidovat ve volbách a pokoušet se tak o ilustraci budoucího výsledku voleb.

Uživatelům výstupů výzkumů, včetně autorů mediálních zpráv, odlišnosti různých druhů preferencí bohužel někdy unikají a dochází tak k podstatným zkreslením. Sdružení agentur pro výzkum trhu (SIMAR) proto iniciovalo v roce 2001 dohodu tří českých producentů kontinuálních šetření preferencí [viz SIMAR 2001], která stanovila jednotnou terminologii.

**Stranické preference** nás informují, jak celá dospělá populace *deklaruje* své rozhodnutí v případných volbách. Základem (100%) jsou odpovědi všech dospělých respondentů ve výzkumu, kteří mají volební právo. Vedle konkrétních odpovědí, označujících jmenovitě strany, zde nalezneme i odpovědi „nevím koho bych volil“, „nezúčastnil bych se voleb“ a podobně. Stranické preference se snaží poskytnout obraz o volebním postoji celé dospělé populace, která však v žádném případě není totožná se skupinou skutečných voličů, tedy dospělých občanů, kteří se voleb nakonec zúčastní. Tato stále se zmenšující skupina skutečných voličů se bude vždy od celkové populace lišit. Prakticky nezachytitelný je v rámci stranických preferencí definitivní postoj „nerozhodnutých“ voličů, stejně jako případná míra neúčasti respondentů, kteří deklarovali účast. Tabulka stranických preferencí nám přináší řadu důležitých informací o postojích elektorátu, ale v žádném případě sama o sobě nepředstavuje prognózu volebních výsledků.

Způsob dotazování volebních preferencí na příkladě otázek, které používá CVVM:

1) „*Představte si, že by příští týden byly volby do Poslanecké sněmovny. Šel byste volit?*“ Respondenti na dotaz odpovídají na základě nabídky škály pěti odpovědí: „*Rozhodně ano, spíše ano, spíše ne, rozhodně ne, nebo nevíte?*“ Po té následuje druhý dotaz:

2) „*Pokud byste k volbám šel, kterou stranu byste volil?*“ Tato „otevřená“ otázka neobsahuje nabídku možných odpovědí a každý respondent si tedy musí na preferovanou stranu vzpomenout sám. Dotázáni jsou i ti respondenti, kteří v první otázce vyloučili svou účast ve volbách. Ne každý z nich ovšem zůstává ve svých odpovědích konzistentní a řada lidí, přestože volební účast nejprve vyloučí v další otázce vyřkne jméno preferované strany. Z formulace otázek ovšem vyplývá, že ne vždy jsou takové odpovědi rozporné. Druhá otázka má v sobě kondicionál. Může tedy evokovat výklad, který říká: Přesto že k těmto volbám nechcete přijít, koho byste hypoteticky volil, kdybyste se zúčastnil.

Pokud se i tentokrát respondent „ubrání“ a odpověděl, že k volbám nepůjde, nebo že neví, kterou stranu by volil, „neodbytný“ tazatel mu položí ještě třetí dotaz:

3) „*I když zatím nevíte, jakou stranu byste volil, je Vám některá strana sympatičtější, bližší než jiná? Pokud ano, která to je?*“ I tato otázka je otevřená a ponechává na respondentovi, aby se rozpomenul na nějakou sympatičtější stranu. Cílem této otázky je zjišťovat tzv. „stranické sympatie“ (viz. níže).

Stranické preference publikované v současnosti agenturami CVVM a STEM však neodpovídají zcela jejich původní definici (viz. výše). Jsou totiž pouze výsledkem odpovědi na dotaz číslo 2 (Kterou stranu by respondent volil). Ignorují však první dotaz na volební účast. V případě, že v prvním dotaze volič deklaruje neúčast, technika dotazování nevyklučuje ale spíše napomáhá tomu, že při druhém dotaze přesto vyřkne jméno některé ze stran. Proto v publikovaných výsledcích nedokážeme ze stranických preferencí dostatečně přesně vyhodnotit podíl voličů, kteří se k volbám ve skutečnosti nechystají jít. Tato skupina je ve skutečnosti podstatně větší, než stranické preference CVVM a STEM udávají. Pouze respondent, který dvakrát po sobě trval na neúčasti, bude zařazen do skupiny odmítajících se voleb zúčastnit.

Druhým typem volebních preferencí, které agentury zveřejňují, jsou tzv. **voličské preference**. Ty přinášejí obraz situace, který je podobnější skutečným výsledkům voleb. Z analýzy jsou vyloučeni všichni respondenti, kteří deklarovali, že by se voleb nezúčastnili. Přesto ani voličské preference nepředstavují volební predikci. V souboru odpovědí totiž stále zůstávají ti, kteří nevědí, zda by se voleb zúčastnili, a ti, kteří neví, koho by volili.

Předpovědět volební výsledek mají tzv. **volební prognózy**. V některých případech se opět jedná pouze o jednoduché přepočty odpovědí na otázku, kterou stranu by respondent

volil. Z výpočtu bývají vyloučeny všechny druhy odpovědí, které jsou neslučitelné s hlasováním ve skutečných volbách. Vyřazeni jsou ti respondenti, kteří se k volbám nechystají nebo váhají, a pochopitelně i ti, co nevědí, koho budou volit, nebo se hlásí ke straně, která ve volbách nekandiduje atp. Na druhé straně konstrukce skutečných volebních prognóz bývá velmi složitou záležitostí. Data bývají významným způsobem upravována a „vážena“ s cílem odstranit zkreslující faktory. Metodiku těchto postupů bychom mohli přirovnat k jakési „kuchařce“, jejíž recepty vychází ze zkušeností z předcházejících voleb, ze zohlednění aktuálního politického vývoje a ze znalostí o vlivu různých druhů událostí na vývoj preferencí. Tvůrci se snaží zmapovat rozdíly mezi dřívějšími výsledky průzkumů a skutečnými výsledky voleb. Snaží se najít trendy, které pak v podobě „vah“ aplikují na aktuální data. Základem dobrých prognóz je (vedle kvalitních dat) pochopitelně zkušenost s delší řadou volebních výzkumů a voleb.

Důležitým faktorem úspěšnosti sofistikovaných postupů při konstruování volebních prognóz je ovšem charakter politické situace a související dlouhodobá stabilita v postojích voličů a ve vzorcích volebního chování. Výhodou je konsolidovaný stranický systém, který nepřináší příliš mnoho zvrátů a překvapení, a stabilizovaná volební účast. Česká demokracie je mladá a stranický systém nelze považovat za zcela stabilní. Také nedostatek zkušeností s delší řadou parlamentních voleb a výzkumů, které by jim předcházely, znesnadňuje v českém prostředí tvorbu kvalitních prognóz. V posledních letech se navíc přidala stále kolísající a těžko predikovatelná volební účast, která samotné volební výsledky významně ovlivňuje.

Prognózy se tak musejí vypořádat hned s několika klíčovými problémy. Zaprvé k přesnému odhadu volebního výsledku je zapotřebí přesný odhad volební účasti. Odborníkům však nestačí pouze dobře odhadnout podíl voličů, kteří přijdou k volbám. Mnohem důležitější je správně identifikovat, jaký soubor voličů to bude. Tedy jaké charakteristiky bude mít segment skutečných voličů a jak se bude lišit od segmentu respondentů, kteří účast pouze deklarovali. Dalším problémem prognóz jsou nerozhodnutí voliči. Nelze předpokládat, že by tato skupina rozdělila své preference stejným poměrem jako voliči rozhodnutí. I zde je proto třeba dlouhých zkušeností, které dokáží napovědět, jaké typy stran jsou schopné získávat na poslední chvíli hlasy nerozhodnutých. Stejně tak je důležité správně určit, jaký podíl nerozhodnutých nakonec k volbám skutečně přijde.

Volební prognóza navíc může být komplikována charakterem volebního systému. Volební systémy produkující velmi poměrné výsledky jsou pro tvůrce prognóz ideálním

prostředím. Čím je větší disproportionálnost výsledků, čím více se do celostátních výsledků promítají regionální specifika volebního chování, tím je prognóza složitější a výzkum, který by pro ni měl být oporou, je pochopitelně dražší.

Definovat blíže metodiku volebních prognóz nemůžeme. Know-how jednotlivých agentur (paktiže nějaké vůbec existuje) je pochopitelně střeženým tajemstvím. Spokojme se tedy alespoň s definicí agentury Factum Invenio, která své výsledky publikuje ve formě prognóz nejčastěji. *„Volební prognóza znamená odhad skutečného výsledku voleb. Matematický model, na základě kterého je odhadován, zohledňuje dva aspekty. Za prvé odráží míru pravděpodobnosti, že se potencionální volič hlasování skutečně zúčastní, za druhé bere v úvahu, že při skutečných volbách nelze vybrat nerozhodnou variantu (odpověď „nevím“) a hlasy nerozhodných rozkládá na konta kandidujících stran. [iHNed 2002].*

Posledním typem preferencí jsou tzv. **stranické sympatie**. Ty nemají s predikcí volebních výsledků nic společného. Jejich posláním je přinést obraz o sympatiích k politickým stranám u co nejširší části veřejnosti. Pokud se vrátíme k příkladu dotazování CVVM, pak pro zjišťování stranických sympatií jsou využívány dotazy číslo 2 a 3. Základem jsou stranické preference zjištěné z otázky 2 („...kterou stranu byste volil?“). Zde je však často vysoký podíl odpovědí „nevím“ nebo „nezúčastnil bych se voleb“. To nedává dostatečně přesný obraz o náklonnosti celé veřejnosti k jednotlivým stranám. Pro zpřesnění celkového obrazu o sympatiích k jednotlivým stranám a snížení celkového podílu nekonkrétních odpovědí je použit další třetí dotaz. Ten je položen pouze respondentům, kteří na otázku č. 2 neodpověděli žádnou konkrétní stranu. Tento dotaz může např. znít: *„I když zatím nevíte, jakou stranu byste volil, je Vám některá strana sympatičtější, bližší než jiná? Pokud ano, která to je?“* (formulace CVVM). Cíleně se snaží zredukovat počet nekonkrétních odpovědí. Propojením výsledků této otázky č. 3 a konkrétních odpovědí z předchozí otázky č. 2 vzniká výstup, který se označuje jako stranické sympatie.



## Jednotná terminologie pro publikaci různých druhů výstupů výzkumů preferencí CVVM, STEM a TNS Factum podle dohody SIMAR.

Termín	Popis - citace z dohody	Upřesnění
Stranické preference	Podíl osob, které preferují určitou politickou stranu, ze souboru všech oprávněných voličů. Součet 100% budou u tohoto údaje tvořit příznivci jednotlivých politických stran, lidé, kteří hodlají volit, ale v době realizace výzkumu nevěděli, na kterou stranu se přiklonit, a lidé, kteří volit nechtějí.	Údaje o aktuální podpoře pro jednotlivé strany v celé zkoumané populaci, včetně nevoličů a nerozhodnutých. Ve srovnání s volební prognózou je procento podpory pro kandidující stranu tedy nižší. Agentury je uvádějí vždy a data lze proto vzájemně srovnávat.
Voličské preference	Podíl osob, které preferují určitou politickou stranu, ze souboru dotázaných, kteří svou volební účast při výzkumu nevyloučili. Součet 100% budou u tohoto údaje tvořit příznivci jednotlivých politických stran a lidé, kteří hodlají volit, ale v době realizace výzkumu nevěděli, na kterou stranu se přiklonit. Lidé, kteří svoji účast ve volbách vyloučili, budou z výpočtu vyloučeni.	Údaje o aktuální podpoře pro jednotlivé strany mezi lidmi, kteří se chystají k volbám. Zahrnuje nerozhodnuté a ve srovnání s volební prognózou je procento podpory pro kandidující stranu proto nižší.
Stranické sympatie	Podíl osob, které buď preferují určitou politickou stranu, nebo jí v případě pochybností vyjadřují alespoň sympatie. Součet 100% tvoří sympatizanti jednotlivých politických stran, lidé, kteří se nedovedou rozhodnout, se kterou stranou sympatizují, a lidé, kteří se žádnou stranou nesympatizují.	Upřesnění údajů voličských preferencí o údaje o případných sympatiích nerozhodnutých voličů s cílem přiblížit se předpovědi. V praxi se obvykle jedná o zpřesnění preferencí o údaje z další otázky dotazníku.
Volební prognóza	Odhad skutečného výsledku voleb. Součet 100% budou u tohoto údaje tvořit předpokládaní skuteční voliči jednotlivých stran.	Volební prognóza, která může být založena na různých zdrojích informací. V praxi se ale často jedná pouze o zohlednění nevoličů a nerozhodnutých v otázce na stranické preference.

Zdroj: SIMAR [Preference srozumitelnější... 2001].

### Závěr

Ne všechny výsledky výzkumů volebních preferencí směřují přímo k odhadům volebních výsledků. Často nám přinášejí širší přehled o aktuálních postojích voličů, tedy řadu informací, které jsou také důležité. Srovnávat vzájemně výstupy stranických preferencí, voličských preferencí, volebních prognóz a stranických sympatií není možné. Jsou to různé produkty s různými cíli a různou vypovídací informací. Jisté přepočty usnadňující srovnání mezi

některými z nich učinit lze, ale bez samotného datového souboru mohou být nepřesné. Ve zpravodajství médií se ale s takovým srovnáváním nesrovnatelného často setkáváme.

Je však otázkou, zda samy agentury nedávají k chybnému používání různých druhů výsledků příležitost. Zejména v období před volbami veřejnost očekává, že se z výzkumů dozví, jak by volby mohly dopadnout. K tomuto účelu pochopitelně nejlépe slouží volební prognózy. Je tématem k diskusi, zda by převažující důraz agentur na zveřejňování stranických preferencí neměl být doplněn také větší aktivitou v oblasti přípravy odborně založených volebních prognóz. Tím by se předešlo nekorektnímu používání stranických preferencí jako zdroje pro odhad volebních výsledků. Ať jsme konfrontováni s jakýmikoli formami výzkumů volebních preferencí, měli bychom mít vždy na mysli, o jaký typ výzkumu a jaký druh výstupu se jedná. Měli bychom mít vždy na pozoru jaký produkt a z jakého šetření se nám dostává do rukou. Co od něj můžeme a co naopak nemůžeme očekávat a jak jej máme správně interpretovat.

### **Literatura a prameny:**

Crespi, Irving 1980. "Polls as Journalism". *Public Opinion Quarterly* 44: 462-476.

iHNed 2002. *Poslední předvolební výzkum pro HN a Radio Impuls*.

[http://volby.ihned.cz/index.php?s1=g&s2=0&s3=1&s4=1&s5=0&s6=0&m=detail&article\[id\]=20509115&article\[area\\_id\]=10016640&article\[sklonuj\]=off](http://volby.ihned.cz/index.php?s1=g&s2=0&s3=1&s4=1&s5=0&s6=0&m=detail&article[id]=20509115&article[area_id]=10016640&article[sklonuj]=off)

Krejčí, Jindřich (ed.) 2004. *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Lebeda, Tomáš 2004. „Výzkumy volebních preferencí v konfrontaci s volebními výsledky.

Případy voleb do Poslanecké sněmovny 2002, referenda o přistoupení k EU 2003 a voleb do Evropského parlamentu 2004“, in Krejčí, Jindřich (ed.), *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 97-118.

Lebeda, T., Krejčí, J., Leontiyeva, Y. 2004. "Výzkumy volebních preferencí realizované v ČR", in Krejčí, Jindřich (ed.), *Kvalita výzkumů volebních preferencí*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 51-66.

SIMAR 1997-2004. *Kvalitativní standardy*. Internetová prezentace. Praha: SIMAR.

[http://www.simar.cz/standards/qualitative\\_standards/Default.aspx](http://www.simar.cz/standards/qualitative_standards/Default.aspx)

SIMAR 2001. *Preference srozumitelnější a věrohodnější*. Tisková zpráva 9. Praha: SIMAR.