

Z VÝSKUMOV

„Predstavte si, že by sa tento víkend konali parlamentné voľby...“

Už formulácia v titulku uvádzaného textu, končiaceho sa vo výskume otázkou „koho by ste volili?“ prezrádza, že výskumné agentúry používajú na zisťovanie volebných preferencií v podstate *fikciu*, ktorá v sociologickom jazyku má parametre hypotézy. Ide o umelo utvorenú predstavu situácie, ktorá by za určitých okolností mohla nastať, no v skutočnosti predsa len nenastane. Vytvorená je iba pre daný moment, hoci má ambície odrážať približný stav reálnej situácie – *skutočnosti*. Tento rozpor prináša so sebou množstvo námetov na úvahy vyplývajúce práve z rozdielov fikcie a skutočnosti. Uvedme z nich niektoré momenty, s ktorými fiktívny výskum nepočíta, resp. ani nemôže počítať, a ktoré ho odlišujú od situácie, ktorá nastáva len pri skutočných voľbách. Tieto rozdiely však ani na okamih neodrádzajú výskumné agentúry od realizácie predvolebných prieskumov, ktoré, aj keď nemusia presne odrážať skutočný stav volebných preferencií, majú opodstatnenie, a ich zmysel v medzivolebnom období spočíva v zmapovaní pohybov na politickej scéne vrátane trendov a tendencií vo volebných preferenciách, o ktoré sa opierajú (aj keď to často navonok popierajú) aj samotné politické subjekty.

Podloženosť, no ešte definitívna neoverenosť predpokladu, vysvetľujúceho určitý jav (v danom prípade hypotézy o volebných preferenciách) spočíva nakoniec — napriek fikcii — vo vedecky zabezpečených predpokladoch získavania informácií a poznatkov v sociologickom výskume, v dodržiavaní všetkých jeho najdôležitejších princípov (reprezentatívnosť výskumu, presnosť a spoľahlivosť údajov a pod.).

Výskumy volebných (presnejšie predvolebných) preferencií sa realizujú v medzivolebnom

období a zväčša odrážajú premenlivé (alebo aj ustálené) nálady potenciálnych voličov, zvyčajne v reakciách na správanie politických strán. Aj na ich základe potom strany – skryte či otvorene – robia korekcie v stratégii a taktike svojej každodennej politiky. Skryte alebo otvorene preto, lebo vo vyjadreniach k jednotlivým výskumom verejnej mienky týkajúcich sa volebných preferencií jedni nezbúdbajú prejavíť svoju nedôveru k ich výsledkom (najmä ak sú pre nich nepriaznivé), druhí sa veľkoryso nad nimi preniesť (ak aj sú pre nich veľmi priaznivé, nechcú výskumom verejnej mienky pripisovať prílišnú váhu – pripisujú im skôr nestálosť a premenlivosť a zdôrazňujú radšej iné, „vážnejšie a dôležitejšie“ faktory, o ktoré sa vraj opierajú, ak sa posudzuje stav obľúbenosti ich politickej strany). Aké sú teda podstatnejšie rozdiely v situácii, keď sa konajú iba *fiktívne* a nie *skutočné* voľby?

■ Pred fiktívnymi voľbami **sa nekoná volebná kampaň**. Popri tom, že vo výskume volebných preferencií anketár výskumnej agentúry navštívi vyty-povaného respondenta, ten nie je „vystavený“ volebnej kampani vo verejnoprávnych médiách (televízia, rozhlas), kde jednotlivé politické strany podľa prísnych regulí, stanovených volebným zákonom, v určenom čase a rozsahu majú v skutočnej predvolebnej kampani možnosť propagovať svoje politické programy a ciele. Toto všetko vo výskume volebných preferencií odpadá a respondent je vo svojom rozhodovaní ponechaný sám na seba, aby si bez ovplyvňovania označil subjekt, ktorému dáva svoj hlas v týchto fiktívnych voľbách. Samotný význam a vplyv predvolebnej kampane (ktorá teda pri fiktívnej voľbe odpadá) azda najpregnantnejšie dokumen-

tuje poznatok z volebného prieskumu v čase konania minulých parlamentných volieb (NCMK, 26. 9. 1998), podľa ktorého volebná kampaň pre voličskú základňu HZDS a SMK bola takpovediac „nosením dreva do lesa“, keďže o tom, že vo voľbách odovzdajú svoje hlasy práve týmto stranám, sa už voliči rozhodli dávno pred ich konaním. Naopak, napríklad až 30 % neskorších voličov SOP sa o svojej voľbe rozhodovalo posledný týždeň pred voľbami, resp. v deň volieb, ba až vo volebnej miestnosti. Hoci predvolebné prieskumy signalizovali pred septembrovými voľbami (1998) pre SOP oveľa vyššie preferencie, nižší výsledok odrážal iba skutočnú hĺbku stability voličskej základne tejto strany. Ak by sa voľby konali v súčasnosti, s veľkou pravdepodobnosťou by sa paralely so situáciou z roku 1998 našli aj dnes.

■ Pred fiktívnymi voľbami **sa neprezentujú volebné programy**. Aj keď sa v súvislosti s rozhodovaním voličov na základe volebných programov už mnohokrát vyjadrovalo skepticky (čo politickým stranám aj často vyhovovalo pre ich nesplnenie), predsa len patrí prezentácia volebných programov k „dekóru“ volieb, bez ktorého by politické strany ani do volieb nešli, a aj poznanie programov politických subjektov zo strany voličov nie je zanedbateľné (napr. vo výskume ŠÚ SR desať dní pred konaním volieb v roku 1994 až 53 % opýtaných uvádzalo, že pozná programy viacerých kandidujúcich strán, 16 % poznalo iba jeden program, kým 31 % nepoznalo žiadny politický program (Názory 1994, s. 18). Volebné programy odzrkadľujú charakter a smerovanie strany, jej pozíciu a umiestnenie na politickej scéne, reálne i domnelé možnosti realizácie jej programu v prípade dobrého výsledku vo voľbách. Pred fiktívnymi voľbami respondent (potenciálny volič) je odkázaný na posledný volebný program „svojej“ strany, na sľuby, ktoré od posledných volieb napĺňa alebo nie. Na tomto podklade preferuje vo výskume tú alebo inú stranu.

■ Pred fiktívnymi voľbami **sa nevyvoláva (zväčša sviatočná) volebná atmosféra**. Volebná kampaň, prezentácia volebných programov už zapadá do utvárania patričnej predvolebnej a volebnej atmosféry – a ak sa konajú v pravidelných, zákonom stanovených intervaloch – aj s neopakovateľným sviatočným nádychom, keď volič azda najviac pociťuje svoju dôležitosť a vážnosť i váhu svojho onedlho odovzdaného hlasu, ktorý je potrebný na to, aby programy najviac preferovaných subjektov mohli byť v praxi realizované. Vo fiktívnom výskume nie sviatočná, hoci nanajvýš vzácna, nekaždodenná návšteva anketára u respondenta nenahrádza túto sviatočnú atmosféru. Tomu môže zodpovedať aj váha odovzdaného hlasu do dotazníka predloženého respondentovi prostredníctvom anketára.

■ Pred fiktívnymi voľbami **odpadá „mobilizácia“ všetkého občianstva**. Záujmom každej politickej strany, zúčastňujúcej sa na voľbách, je mobilizovať všetku voličskú základňu, aby prišla k urnám, aby nevyšiel nazmar ani jeden hlas. Dôkazom toho je napríklad vysoká, 84-percentná účasť občanov vo voľbách v roku 1998 (teda všetci, čo sa na nich zúčastňujú, nakoniec rozhodujú). Fiktívne voľby – výskumy politických preferencií – vykazujú u výskumných agentúr pri ostatných výskumoch verejnej mienky pomerne vysoké počty tých, ktorí by nešli k urnám pri najbližších voľbách (okolo 14 %), resp. ktorí nevedia, koho by volili (približne 15 %). Vo fiktívnych voľbách okrem toho nie je mobilizovaná ani pomerne početná časť občianstva, ktorá je poverená riadne voľby organizačne zabezpečovať (volebné orgány, komisie a pod.), resp. programy politických strán oficiálne obhajovať a propagovať ako kandidáti politických strán a hnutí.

■ Pred fiktívnymi voľbami **nehrajú rolu vplyvy poveternostných podmienok**. Kompetentné orgány termíny skutočných volieb zvyčajne stanovujú aj s ohľadom na možnú poveternostnú situáciu, ktorá by mohla pozitívne alebo negatívne ovplyvniť účasť občanov na voľbách. Obchádzajú v tomto zmysle najmä zimné mesiace (ale aj letné dovolenkové obdobie) a volia také termíny, keď sa predpokladá čo najvyššia účasť voličstva na voľbách (pozri napr. septembrové parlamentné voľby v roku 1998). Ak sa zdá, že v tomto prípade ide o akýsi banálny faktor, je to iba zdanie. Na druhej strane návšteva anketára u vytypovaného respondenta je vo výskume predvolebných preferencií viazaná iba na termín terénnej fázy výskumov, ktoré sa v niektorých výskumných agentúrach realizujú už aj v mesačných intervaloch.

Dá sa teda konštatovať, že sú to volebná kampaň, prezentácia volebných programov, volebná atmosféra, mobilizácia voličstva a výber vhodného termínu, ktoré svojím indikatívnym charakterom predznamenajú prípadné bližšie sa skutočné voľby a práve v ich absencii v čase pred- (medzi)volebných sociologických prieskumov najviac spočíva rozdiel medzi skutočnými a fiktívnymi voľbami. Ide teda o rozdielne situácie, ktoré môžu vyústiť aj do zodpovedajúceho rozdielného voličského správania – fiktívneho i skutočného – premietajúceho sa do samotných výsledkov. Navyše, kým pri skutočnom odovzdávaní voličského hlasu ide zväčša o správanie pod „ľarchou zodpovednosti“, keď odovzdaný hlas už nadobúda skutočnú váhu so všetkými jeho dôsledkami, vo fiktívnom, predvolebnom výskume volebných preferencií sa respondent cíti byť ešte predsa len oslobodený spod tejto ľarchy, uvedomujúc si, že jeho hlasovanie ostáva zatiaľ takpovediac „bez následkov“ a poslúži „len“ ako štatistický údaj.

Mgr. František Šinka, CSc.