



Mediální
výzkumy



MML-TGI



Software



Ad-hoc
výzkumy



Vývoj
technologií

PREZIDENTSKÁ VOLBA

Determinanty výsledku

(Výzkum ve volebních dnech)

29.1.2013

VÝZKUM TRHU, MÉDIÍ A VEŘEJNÉHO MÍNĚNÍ, VÝVOJ SOFTWARE

Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9

tel.: 225 301 111, fax: 225 301 101

e-mail: median@median.cz

www.median.cz

OFICIÁLNÍ PARTNER: KANTAR MEDIA GROUP PRO ČR

ZPRACOVÁNO V EKLUSIVNÍ SPOLUPRÁCI S:



Obsah

Metodika výzkumu a struktura vzorku	3 - 4
Přelivy hlasů z prvního kola prezidentské volby	5
Jak volili sympatizanti stran	8
Jak volily skupiny obyvatelstva	11
Očekávání od prezidenta	18
Přijatelnost kandidátů v roli prezidenta	21
Volební potenciál a jeho vytěžení	25
Chápání volby mezi voliči	29

JAK CITOVAT VÝZKUM:

Při citování výzkumu prosím uvádějte, že jej zpracovala společnost MEDIAN ve spolupráci s Českou televizí a specifikujte základní metodologické parametry výzkumu (viz slide 3) .

Metodika výzkumu

Cílová populace:

- Oprávnění voliči ČR (populace 18 a více let)

Velikost vzorku:

- 1345 respondentů

Doba sběru:

- Sběr dat proběhl ve volebních dnech 2. kola prezidentské volby (pátek 25. 1. 2013 – sobota 26. 1. 2013)

Metoda sběru dat (kombinovaná):

- CATI – telefonní dotazování
- CAPI – osobní dotazování školenými tazateli s využitím laptopů

Metoda výběru respondentů:

- CATI (mobilní telefony) – náhodné generování telefonních čísel (RDD) + sledování kvót
- CATI (pevné linky) – stratifikovaný náhodný výběr + sledování kvót
- CAPI – kvótní výběr

Reprezentativita:

- Výzkum je reprezentativní pro populaci oprávněných voličů z hlediska:
 - Základních sociodemografií (kraj, velikost místa bydliště, věk, vzdělání, pohlaví)
 - Sekundárních ukazatelů (pracovní status apod.)
 - Volebního chování v prvním kole prezidentských voleb

Statistická odchylka

- Statistická odchylka může u údajů analyzovaných na plném vzorku dosahovat až hodnot
 - +/- 3 procentní body u postojů zastávaných 50 % respondentů
 - +/- 1 procentní bod u postojů zastávaných 10 % respondentů
- UPOZORNĚNÍ: U analýz zastoupení postojů mezi jednotlivými kategoriemi respondentů se možná statistická odchylka zvyšuje díky zmenšení analyzovaných částí vzorku.

Struktura vzorku

Kategorie	Zastoupení (v %)
-----------	---------------------

Pohlaví

Muž	49
Žena	51

Věková skupina

18-29 let	19
30-44 let	29
45-59 let	24
60 a více let	28

Dosažené vzdělání

Základní	16
Středoškolské bez maturity	36
Středoškolské s maturitou	33
Vysokoškolské	15

Kategorie	Zastoupení (v %)
-----------	---------------------

Velikost místa bydliště

do 999	17
1 000 - 4 999	21
5 000 - 19 999	18
20 000 - 99 999	22
nad 100 000	22

Oblast

Praha	12
zbytek Čech	48
Morava	40

Využívání internetu

Denně	41
Méně	31
Vůbec	28

Kategorie	Zastoupení (v %)
-----------	---------------------

Pracovní status

Zaměstnanec	46
Podnikatel / OSVČ	10
Student / žák / učeň	7
Neaktivní (důchodce, nezaměstnaný, rod. dovol.)	37

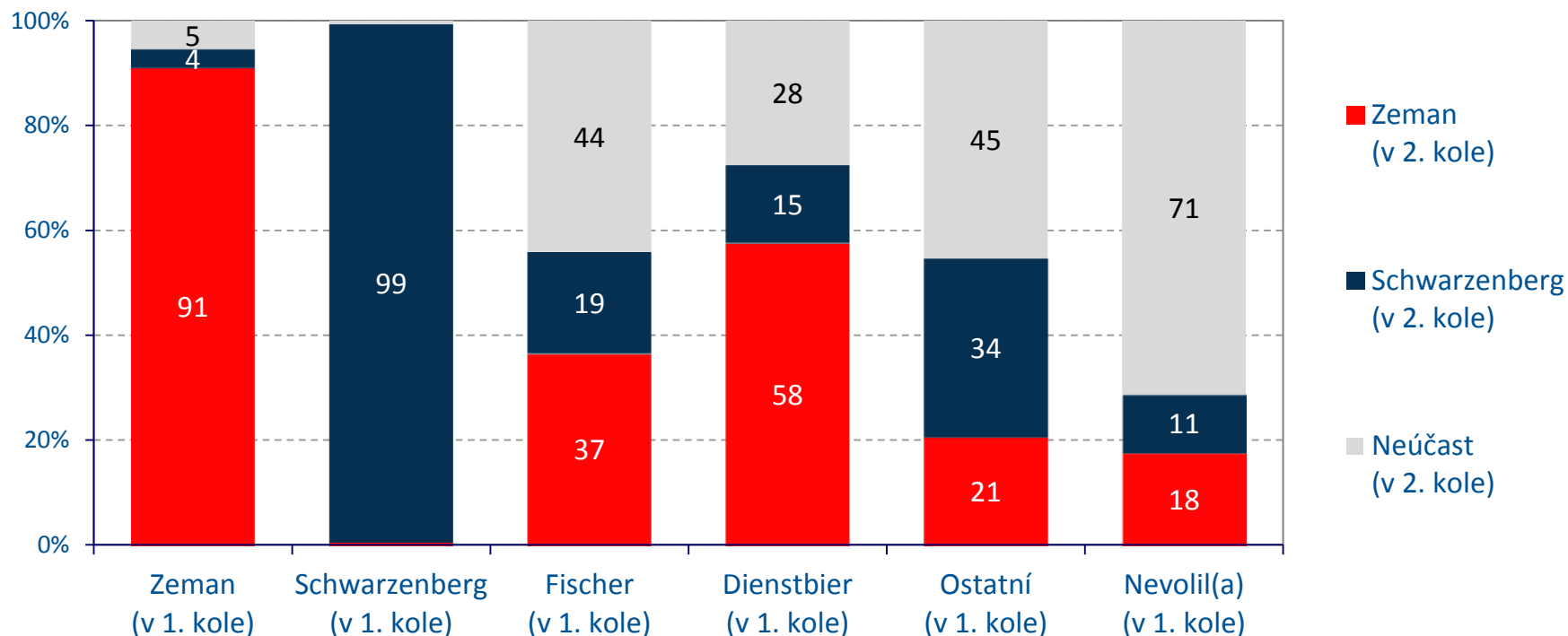
Volba v 1. kole

Zeman	14
Schwarzenberg	13
Fischer	10
Dienstbier	9
Ostatní kandidáti	15
Nevolil(a)	39



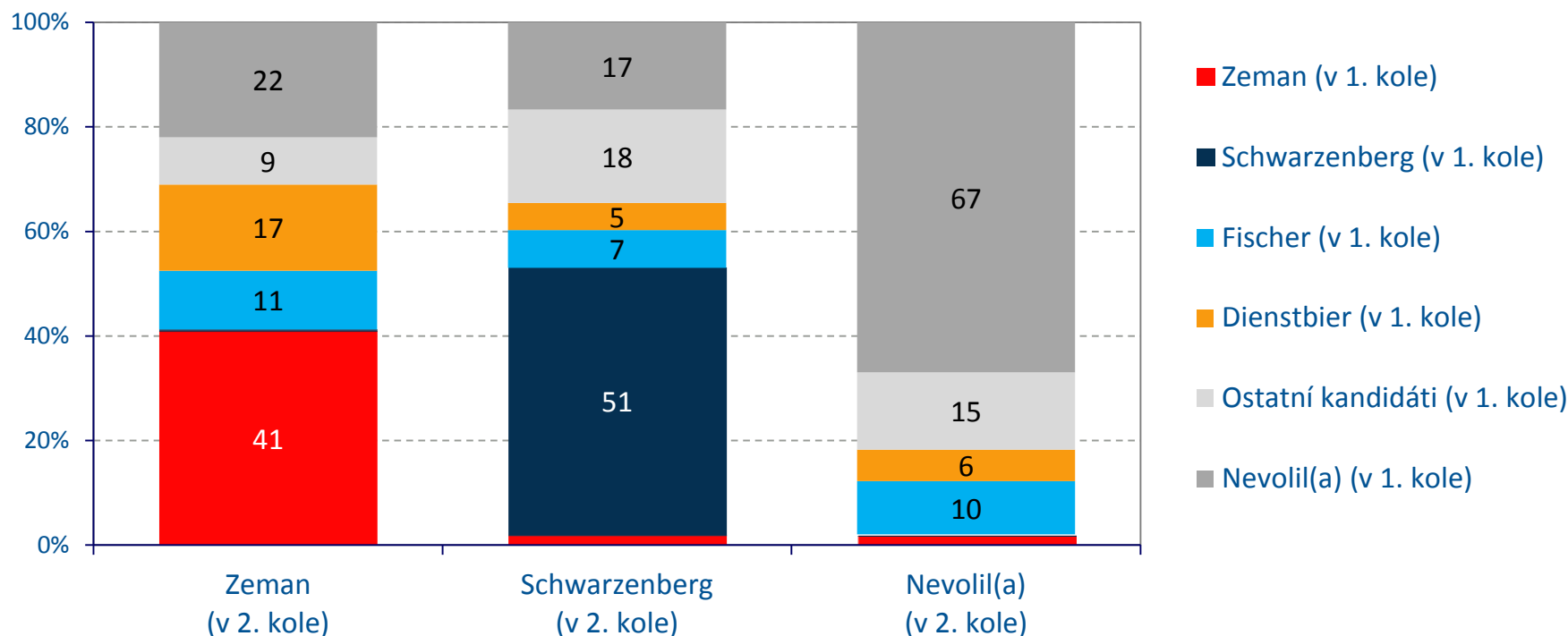
PŘELIVY HLASŮ Z PRVNÍHO KOLA PREZIDENTSKÉ VOLBY

Přelivy od kandidátů volených v 1. kole voleb



- Karel Schwarzenberg i Miloš Zeman si ve 2. kole udrželi drtivou většinu svých voličů z 1. kola (s mírně větším odchodem voličů od Zemana). Zeman úspěšněji získával ex-voliče Jana Fischera a zejména Jiřího Dienstbiera, kteří měli rovněž vysokou volební účast. Schwarzenberg uspěl celkově lépe mezi ex-voliči kandidátů se slabší podporou v prvním kole.
- Údaje je, díky možné přítomnosti náhodné statistické odchylky, nutno vnímat jako přibližné.

Složení voličů obou kandidátů podle volby v 1. kole prezidentských voleb

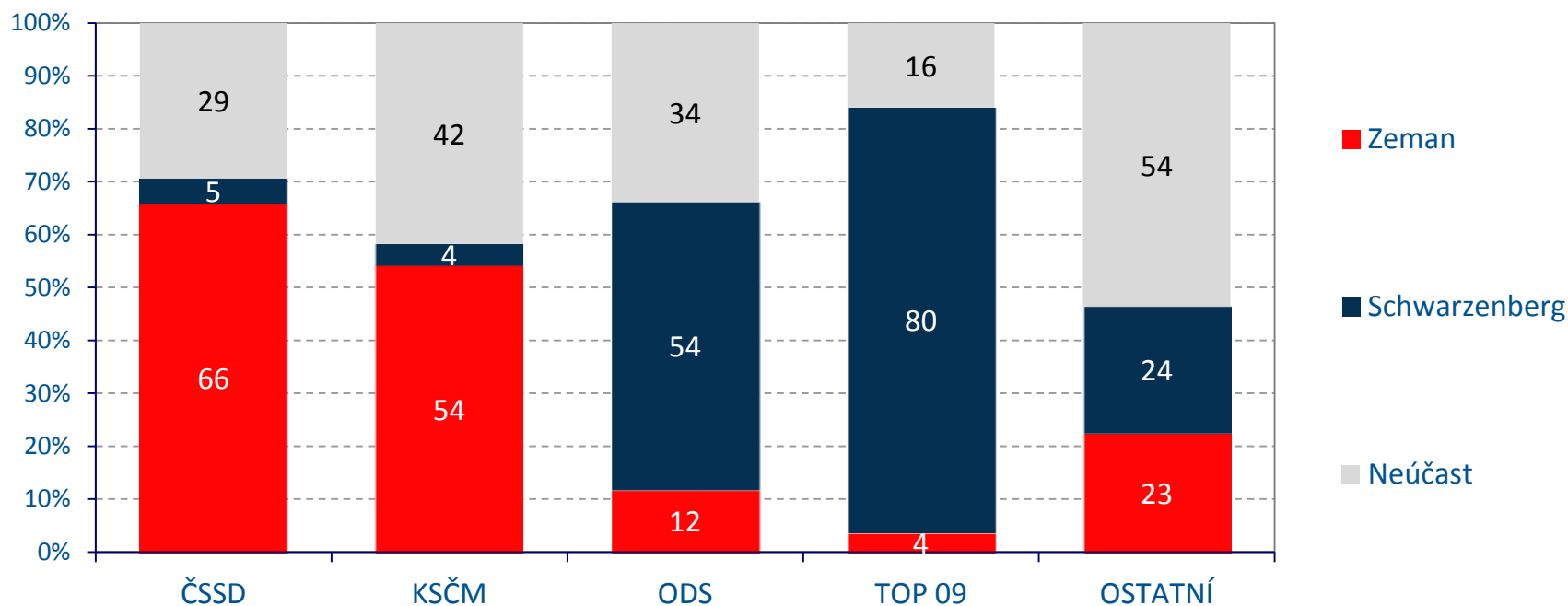


- Přesuny mezi voliči lze zobrazit i opačným směrem – tedy nakolik se podpora Miloše Zemana a Karla Schwarzenberga v 2. kole voleb skládala z jednotlivých typů voličů z 1. kola.
- Elektorát Miloše Zemana byl ve druhém kole z tohoto pohledu pestřejší, právě díky zisku výraznějšiho počtu lidí, kteří v prvním kole dali hlas J. Dienstbierovi, J. Fischerovi či nevolili. Voliči Karla Schwarzenberga se v druhém kole zhruba z poloviny rekrutovali z lidí, kteří ministra zahraničí již volili v kole prvním a jen opakovali svou volbu.



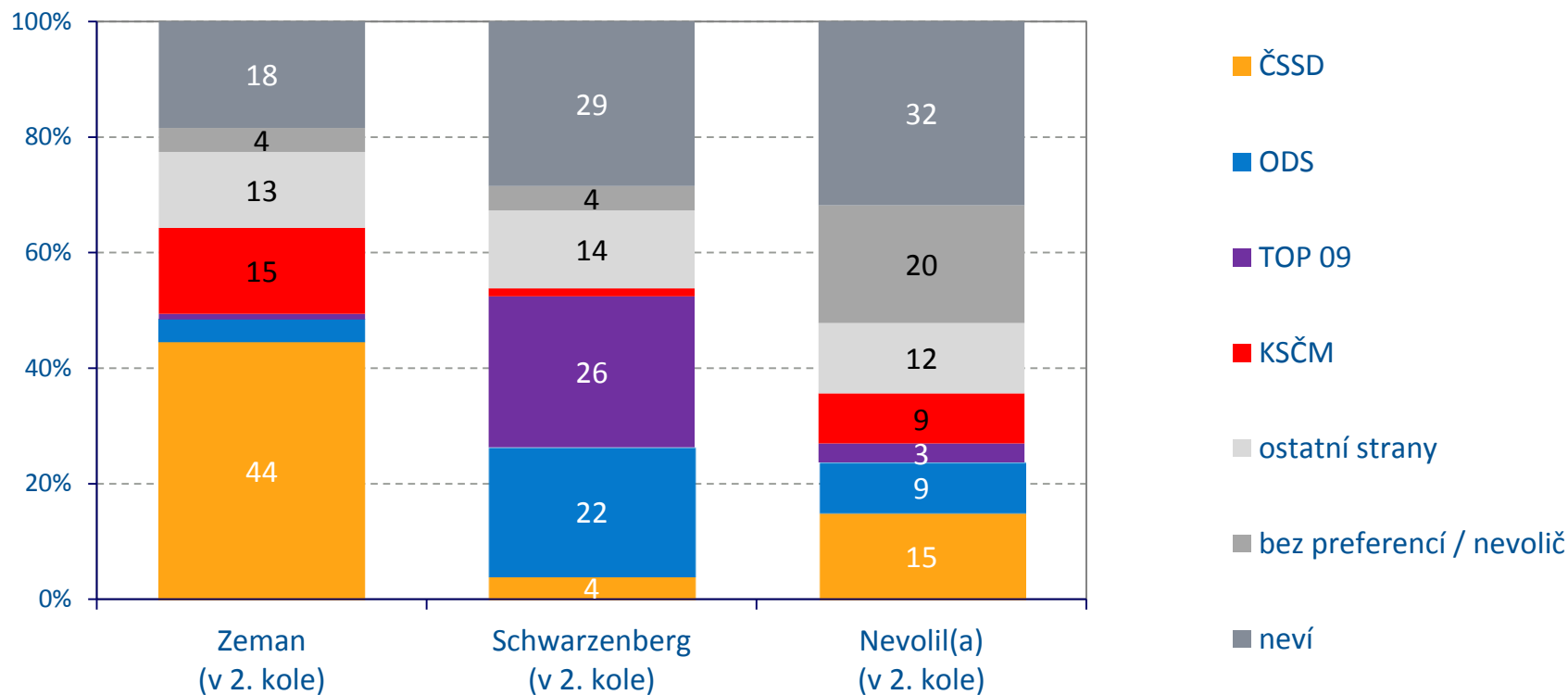
JAK VOLILI SYMPATIZANTI STRAN

Jak volili sympatizanti stran



- Graf ukazuje, jak volili sympatizanti jednotlivých stran a vychází z otázky, jakou politickou stranu či hnutí by respondent volil, pokud by se v současnosti konaly volby do Sněmovny.
- Data naznačují, že sympatizanti levicových stran (ČSSD, KSČM) se nakonec silně sjednotili za Milošem Zemanem. Naopak ze sympatizantů ODS volila Karla Schwarzenberga jen těsně nadpoloviční většina – zbytek se voleb neúčastnil či dal hlas Miloši Zemanovi (12 %). To spolu s aktuálně menším zastoupením sympatizantů pravicových stran v populaci koresponduje s horším volebním ziskem Karla Schwarzenberga.

Složení voličů obou kandidátů podle stranických preferencí

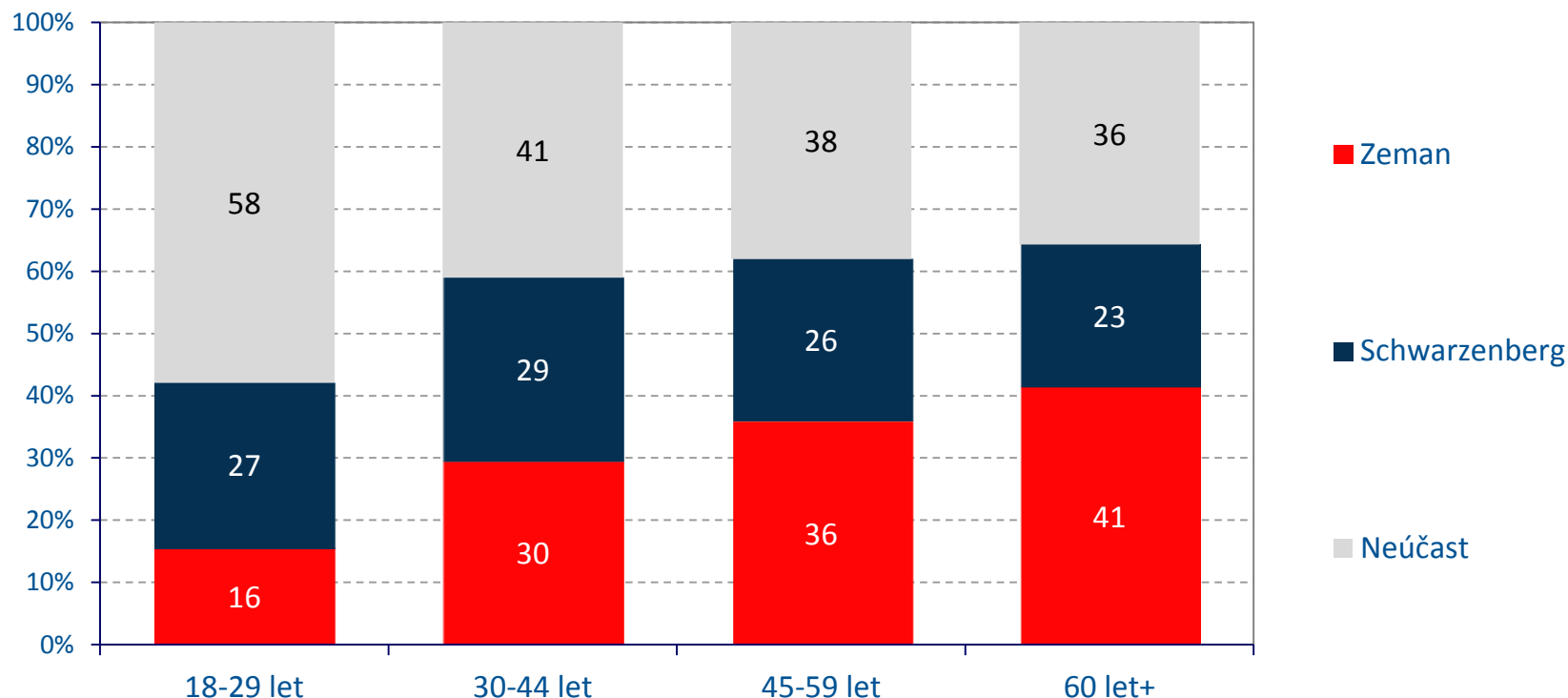


- Většinu voličů Miloše Zemana (cca 60 %) tvořili lidé, kteří by v současné době v případě účasti ve Sněmovních volbách volili levíci (ČSSD, KSČM). Karel Schwarzenberg má mezi voliči výraznější zastoupení hlasů od lidí, kteří v současné době nejsou pevněji stranicky zakotveni a neví, pro kterou stranu by v případných sněmovních volbách hlasovali (29 %).



JAK VOLILY SKUPINY OBYVATELSTVA

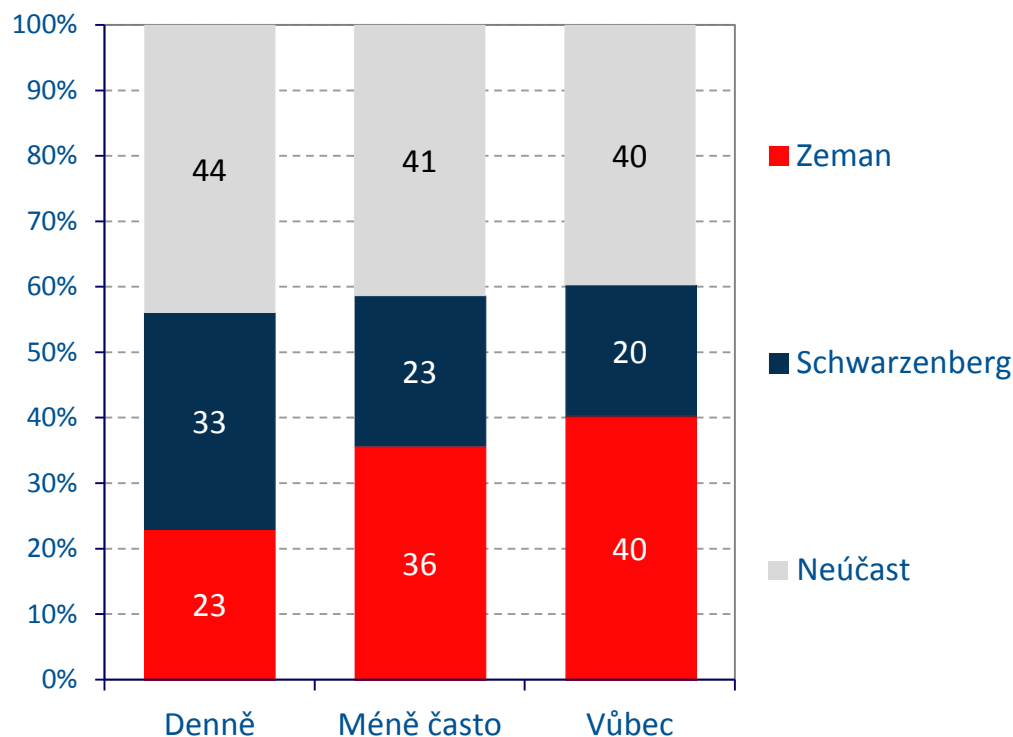
Věkové skupiny



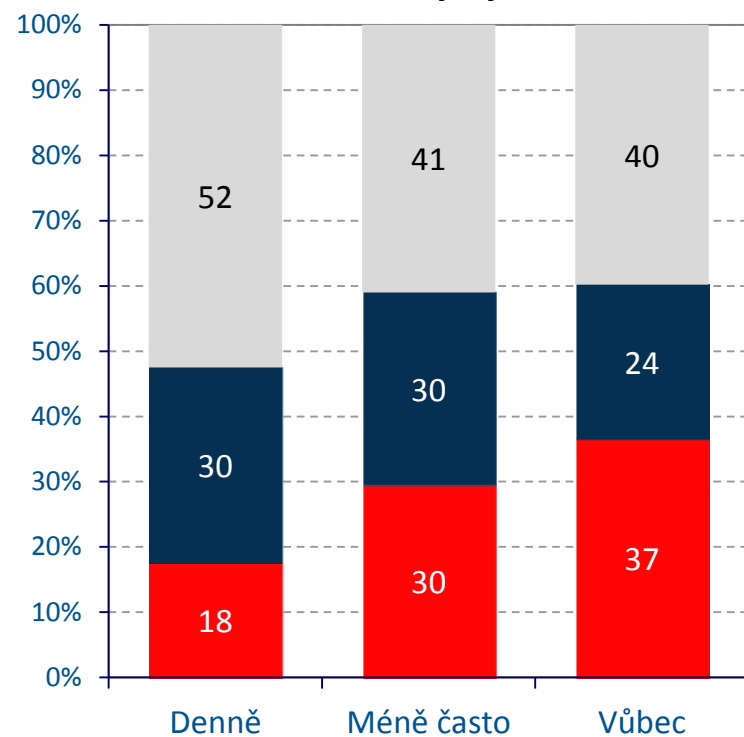
- Druhé kolo prezidentských voleb bylo mimo jiné „soubojem generací“. Výzkum ukazuje, že se vzrůstajícím věkem jednak vzrůstala náklonnost voličů k Miloši Zemanovi, ale také vzrůstala volební účast.
- Potvrzuje se tím myšlenka, že Miloš Zeman vyhrál volby mimo jiné díky úspěšné mobilizaci levicových voličů pokročilého středního a staršího věku. Naopak poměrně velká část lidí do 29 let, kteří v prvním kole nevolili Karla Schwarzenberga, se druhého kola voleb nezúčastnila.

Užívání internetu a sociálních sítí

Intenzita užívání internetu

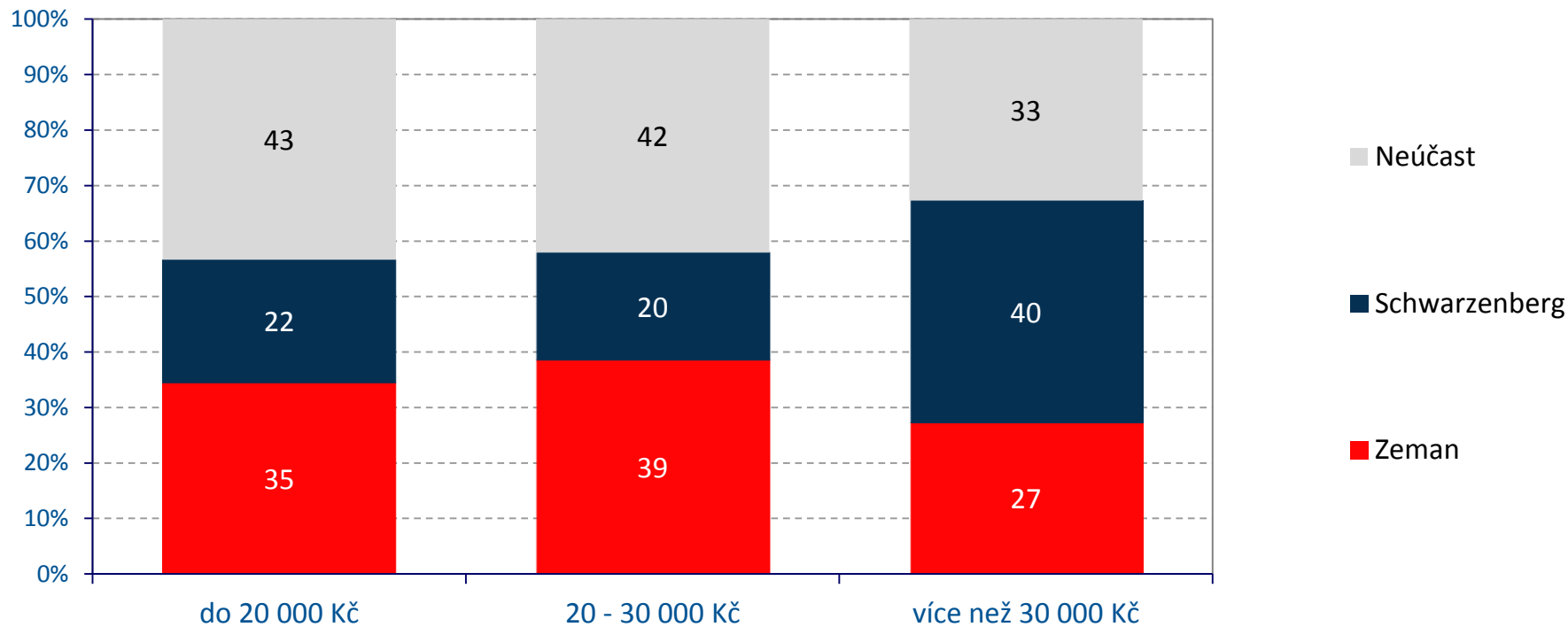


Intenzita Facebooku a jiných sociálních sítí



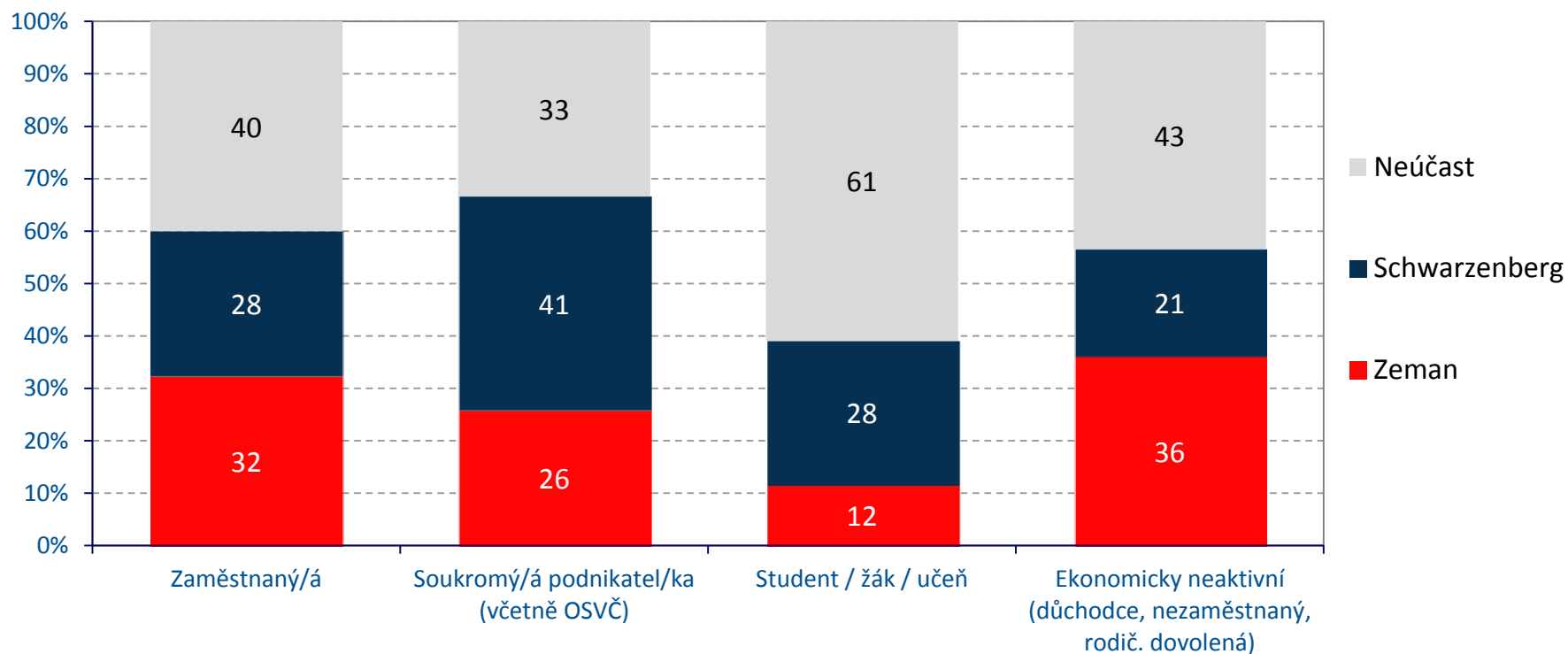
- Výzkum provedený ve volebních dnech naznačuje, že se ve druhém kole voleb mírně vyčerpal mobilizační potenciál on-line médií a sociálních sítí pro volbu Karla Schwarzenberga. Například mezi denními uživateli Facebooku a jiných sociálních sítí sice volba Karla Schwarzenberga převažuje – tato dominance však není zcela jasná (30 % pro Schwarzenberga ku 18 % pro Zemana) a mladí uživatelé sociálních sítí navíc měli spíše podprůměrnou volební účast.

Příjmové skupiny (čistý měsíční příjem domácnosti)



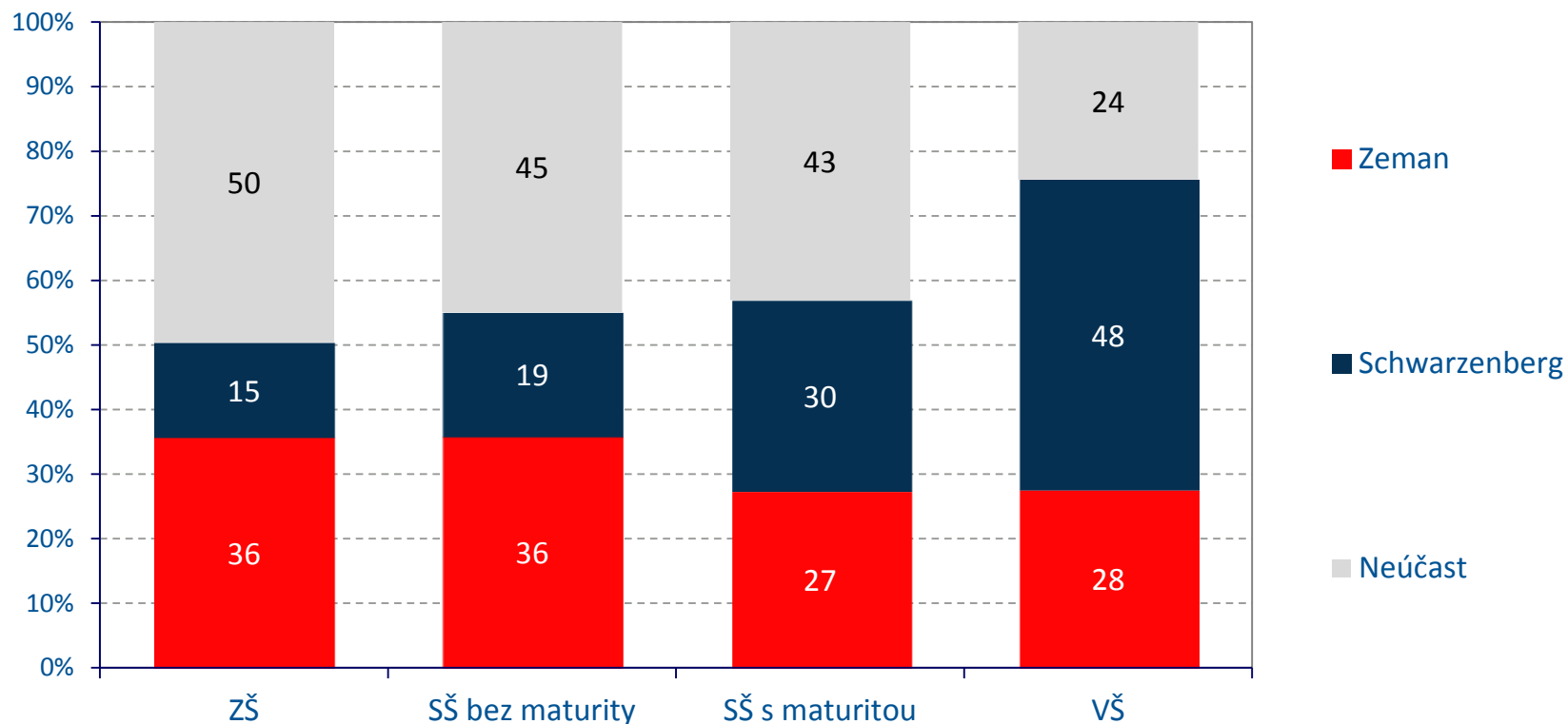
- Křížení volebního chování v druhém kole prezidentských voleb ukazuje jeho vztah se socioekonomickým postavením voličů. Karel Schwarzenberg vyhrál pouze u skupiny respondentů, kteří žijí v domácnostech s čistým příjmem nad 30 tisíc korun měsíčně. Tato skupina obyvatel měla nejvyšší volební účast.
- Díky dominanci mezi obyvateli nižších příjmových skupin a relativně vysokou volební účastí těchto občanů ale vyhrál volby Miloš Zeman.

Pracovní status



- Souvislost volby se socioekonomickým statusem respondentů potvrzuje i analýza, jak volily skupiny obyvatel podle pracovního statusu. Karel Schwarzenberg by volby vyhrál pokud by volili jen podnikatelé / OSVČ a studenti (u obou skupin to souvisí s pravicovější orientací a v prvním případě také s vyšším příjmovým statusem respondentů). Miloš Zeman naopak dominoval mezi důchodci a dalšími ekonomicky neaktivními občany.
- V nejvíce zastoupené skupině zaměstnanců byla podpora srovnatelná, s mírnou převahou Miloše Zemana.

Vzdělání



- S rostoucím dosaženým vzděláním rostla podpora Karla Schwarzenberga. Výzkum naznačuje, že ministra zahraničí volilo zhruba polovina všech Čechů s VŠ vzděláním. Statistický vztah mezi vzděláním a volbou však nelze redukovat na přímou kauzální roli vzdělání, protože to je svázáno se socioekonomickým statusem a stranickými preferencemi, které volbu ovlivňovaly.

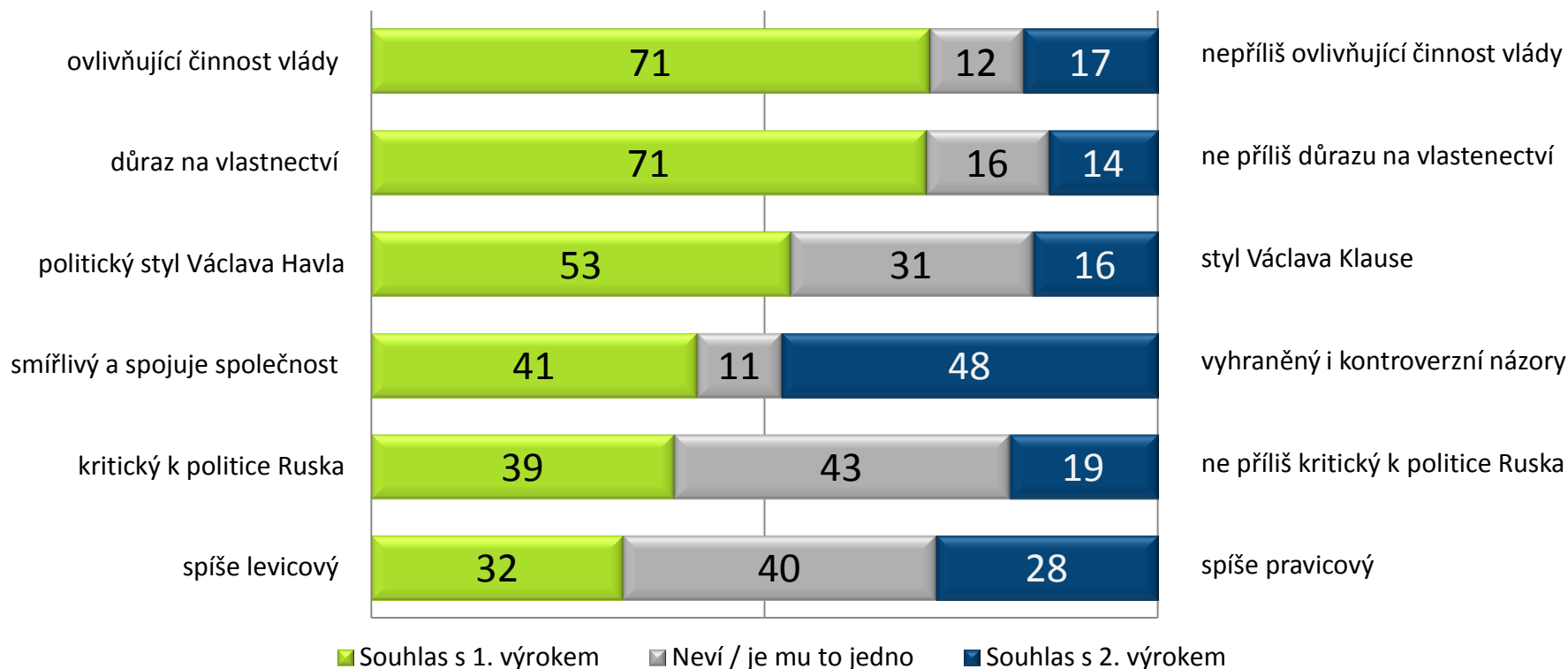
Struktura vlivu analyzovaných faktorů na volební chování

- Konkrétní strukturu vlivů výše zmiňovaných faktorů na volbu prezidenta společnost MEDIAN testovala pomocí pokročilých statistických metod (regresní analýza a regresní stromy). Strukturu vlivů lze popsat takto:
 - socioekonomické faktory (příjem respondenta, příjem domácnosti, zaměstnanecký status) a sociodemografické faktory (vzdělání, věk, místo bydliště atd.) podmiňují orientaci respondenta k pravici (ODS, TOP09), k levici (ČSSD, KSČM) či ani k jednomu z těchto pólů
 - s touto stranickou respektive ideologickou identifikací bylo pak nejsilněji přímo spojeno volební chování respondenta v prezidentských volbách.
 - zejména u respondentů, kteří nepreferují ani pravici ani levici (tj. preferují ostatní strany, neví koho by volili či nevolí) pak volba Karla Schwarzenberga či Miloše Zemana silněji závisela přímo na jednotlivých socioekonomických a sociodemografických determinantech – například na intenzitě užívání internetu, pracovním statusu či regionu bydliště



OČEKÁVÁNÍ OD PREZIDENTA

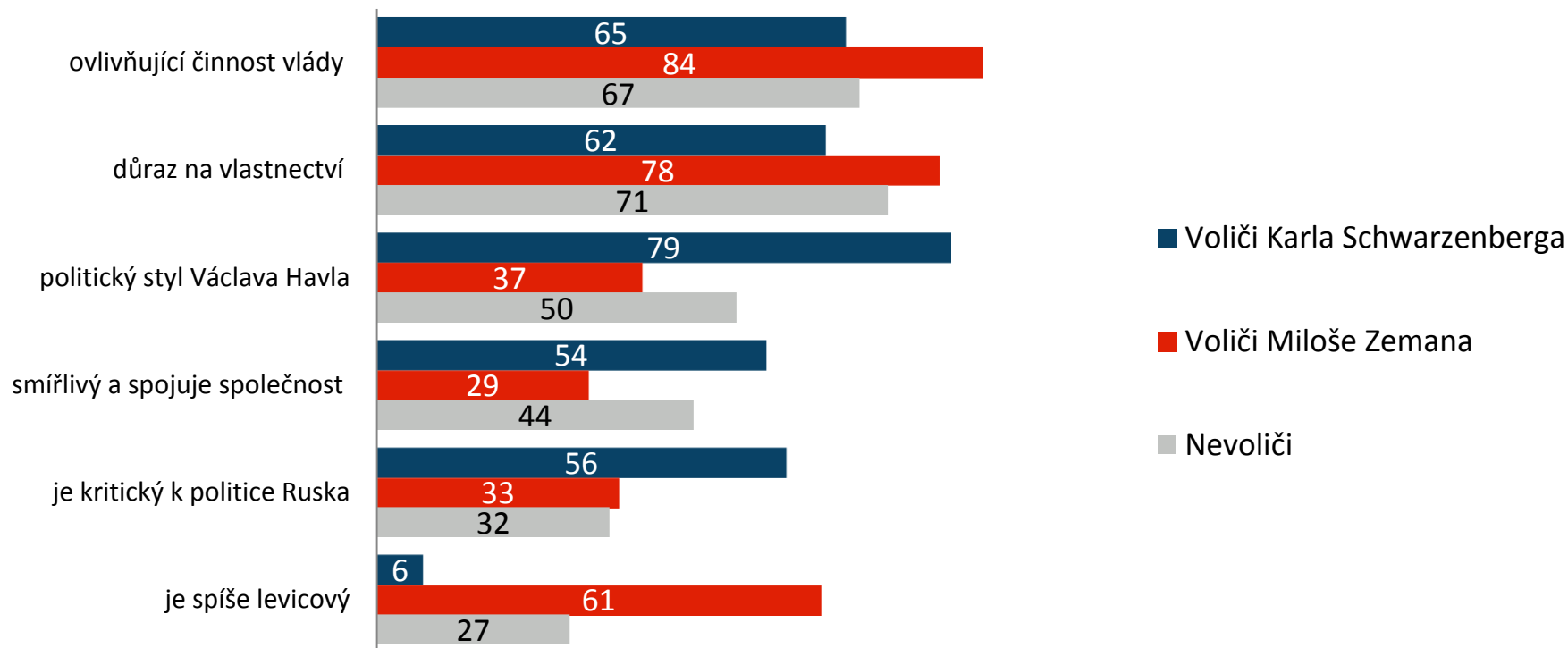
Očekávání od prezidenta (v celé populaci 18+)



- V očekáváních od prezidenta v celé populaci oprávněných voličů ve dny voleb převládly spíše očekávání spojené s Milošem Zemanem – např. důraz na vlastenectví, ovlivňování činnosti vlády. Více dospělých respondentů si také přálo prezidenta, který je vyhraněný a vyjadřuje i kontroverzní názory, s kterými každý nesouhlasí, než prezidenta smířlivého a spojujícího.

Očekávání od prezidenta

srovnání skupin voličů



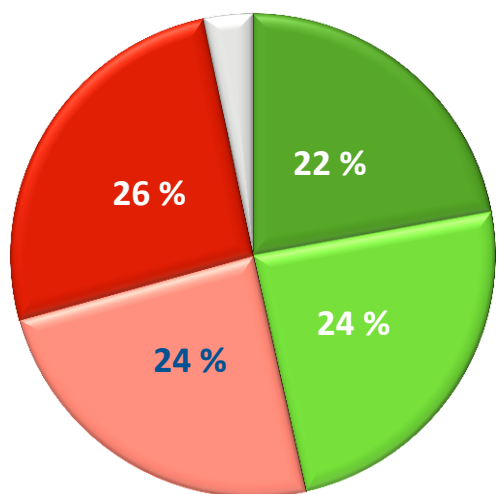
- Očekávání voličů jednotlivých kandidátů odpovídá zaměření kandidátů a vyznění jejich kampaně - očekávání, že prezident bude „smířlivý a spojující“, bude mít „politický styl Václava Havla“ a bude kritický k politice Ruska převládalo u voličů Karla Schwarzenberga. Důraz na vůli prezidenta zasahovat do činnosti vlády, na vlastenectví a levicovost převládá u voličů Miloše Zemana.
- Dominance obecných očekávání spojených s Milošem Zemanem v celé populaci (viz výše) mohla být jedním z důvodů jeho volebního úspěchu.



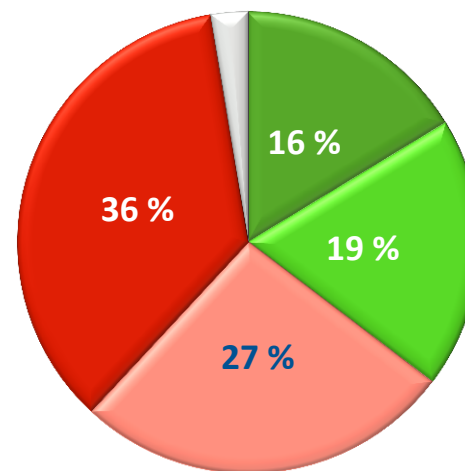
PŘIJATELNOST KANDIDÁTŮ V ROLI PREZIDENTA

Přijatelnost kandidátů v roli prezidenta (populace 18 a více let)

Miloš Zeman

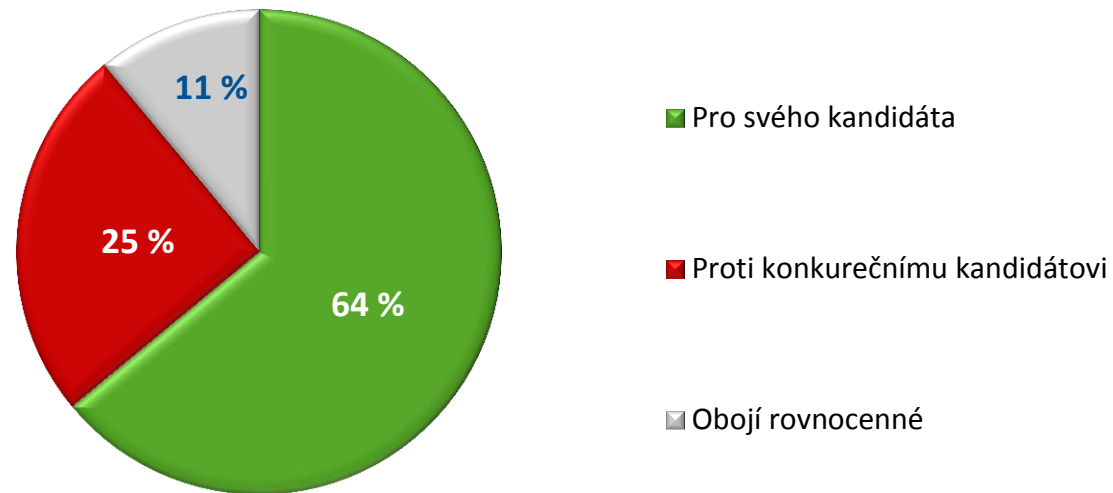


Karel Schwarzenberg



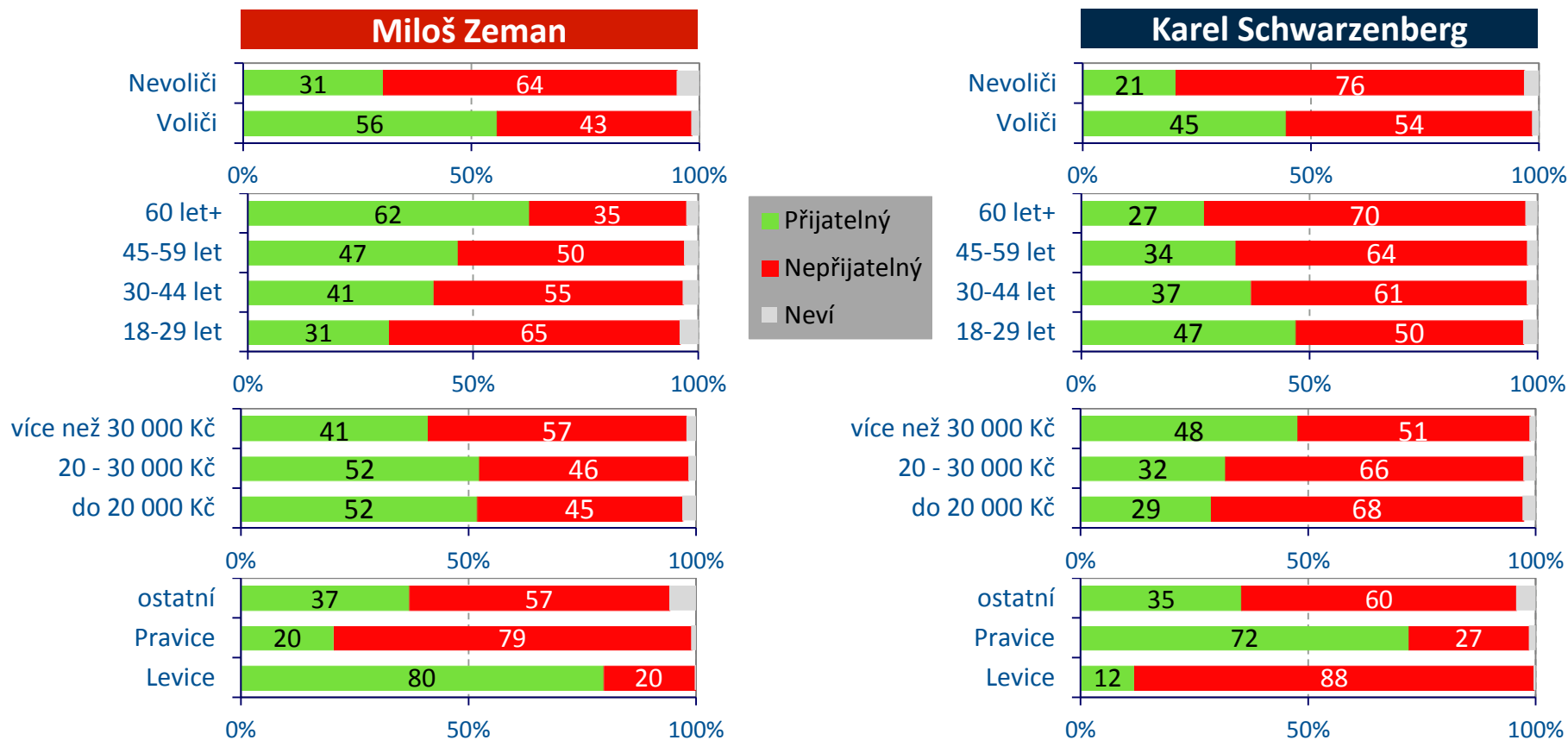
- Volební šance K. Schwarzenberga byly ve volebních dnech výrazně limitovány jeho omezenou přijatelností v roli prezidenta, která souvisí mimo jiné s jeho účastí v neoblíbené vládě Petra Nečase. Přijatelný byl pro zhruba 35 % oprávněných voličů, což je jen o něco vyšší úroveň, než které dosahoval ve výzkumech z prosince 2012 (STEM). Omezená přijatelnost (a tedy i volební potenciál) přitom šance kandidáta limitovaly zejména při relativně vysoké volební účasti, kdy do voleb zasáhlo velké množství levicově orientovaných voličů.
- Na polarizovanost volby ukazuje fakt, že ani Miloš Zeman nebyl v době voleb přijatelný pro nadpoloviční většinu respondentů. Pro zhruba čtvrtinu dospělých občanů tak ve výsledku nebyl přijatelný ani jeden z kandidátů.

Negativní a pozitivní volba (postoj účastníků voleb)



- Společnost MEDIAN se účastníků voleb ptala, zda je hlavní motivací voleb tzv. pozitivní volba či negativní – tedy zda se voleb účastní spíše proto, aby vyhrál jejich kandidát, nebo aby zabránili vítězství soupeře.
- Okolo čtvrtiny účastníků voleb k volbám šlo zejména proto, aby zabránili vítězství druhého kandidáta, u dalších 11 % hrál tento důvod významnou roli. Negativní volba tedy hrála ve volbách poměrně významnou roli. Snaha zabránit vítězství protikandidáta přitom byla srovnatelně silná u voličů Miloše Zemana (volba proti K. Schwarzenbergovi) i u voličů K. Schwarzenberga (volba proti M. Zemanovi).

Přijatelnost kandidátů v roli prezidenta (ve skupinách obyvatel)



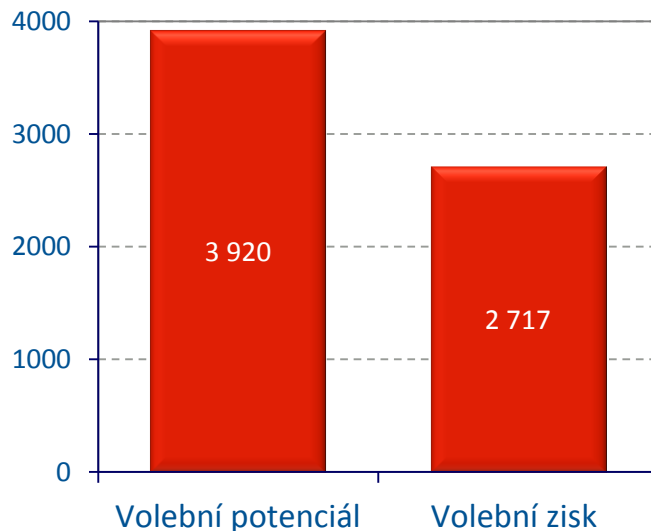
Přijatelnost obou kandidátů je silně sociálně diverzifikovaná. Více to však platí o Karlu Schwarzenbergovi díky účasti v nepopulární Nečasově vládě. V den voleb byl jako prezident nepřijatelný pro zhruba 2/3 občanů ve věku nad 44 let, lidí z domácností s čistým příjmem do 30 000 Kč měsíčně a pro drtivou většinu levicově orientovaných. U Zemana jsou vztahy opačné, ale méně závislé na uvedených faktorech.



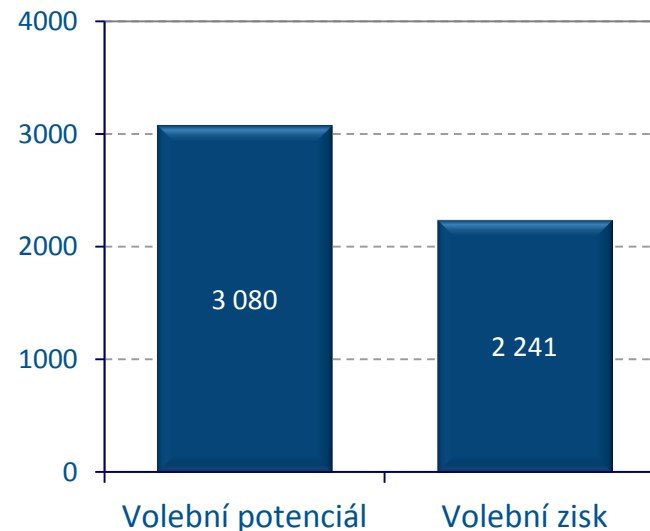
VOLEBNÍ POTENCIÁL A JEHO VYTĚŽENÍ

Volební potenciál a jeho vytěžení (celá populace 18 a více let)

Miloš Zeman



Karel Schwarzenberg



VOLEBNÍ POTENCIÁL ukazuje, kolik přibližně hlasů mohl daný kandidát získat, pokud by pro něj ve volbách hlasovali všichni lidé, kteří ještě mezi prvním a druhým kolem prezidentské volby nevyklučovali, že mu dají hlas. Nevytěžení volebního potenciálu vychází z toho, že se část sympatizantů nakonec nezúčastní a část se přikloní ke konkurentovi.

Údaj o VOLEBNÍM POTENCIÁLU vychází z otázek výzkumu na: volbu / plánovanou volbu kandidátů, dobu rozhodnutí o volební účasti a dobu rozhodnutí o výběru kandidáta.

Volební potenciál souvisí s obecnou přijatelností kandidátů - u Miloše Zemana byl vyšší. Úroveň vytěžení volebního potenciálu reálným volebním ziskem byla u Zemana poněkud nižší než u Karla Schwarzenberga. Dosahovala však míry, která Zemanovi stačila k vítězství ve volbách.

Důvody nevytěžení volebního potenciálu

Důvody volební neúčasti: Potenciální voliči M. Zemana	Důvody volební neúčasti: Potenciální voliči K. Schwarzenberga
Nemohl(a) se zúčastnit (63 %)	Nemohl(a) se zúčastnit (37 %)
Znechucení volební kampaní (20 %)	Můj hlas nemůže ovlivnit výsledek voleb (30 %)
Můj hlas nemůže ovlivnit výsledek voleb (6 %)	Nevěděl(a) jsem pro koho hlasovat (26 %)
Odradilo mne špatné počasí (6 %)	Znechucení volební kampaní (20 %)

POZN: Tabulka ukazuje, jak nejčastěji zdůvodňovali svou volební neúčast lidé, kteří by volili Miloše Zemana / Karla Schwarzenberga, ale mezi prvním a druhým se rozhodli k volbám nejít.

Očekávání volebního výsledku: Potenciální voliči M. Zemana neúčastníci se voleb	Očekávání volebního výsledku: Potenciální voliči K. Schwarzenberga neúčastníci se voleb
Vyhraje Miloš Zeman (58 %)	Vyhraje Miloš Zeman (29 %)
Vyhraje Karel Schwarzenberg (12 %)	Vyhraje Karel Schwarzenberg (37 %)
Neví (30 %)	Neví (35 %)

- Potenciální voliči M. Zemana, kteří se mezi prvním a druhým kolem rozhodli neúčastnit, svoji neúčast nejčastěji zdůvodňují objektivními důvody (nemohli jít volit) a znechuceností volební kampaní. Na menší míře účasti se mohlo podílet i to, že většina těchto potenciálních neúčastníků se voličů považovala M. Zemana za favorita voleb.
- U potenciálních voličů K. Schwarzenberga (kromě objektivních důvodů a znechucení kampaní) hrála roli i nerozhodnost, pro koho hlasovat a pocit, že hlas nezmění výsledek voleb. Ten souvisí i s faktem, že oproti neúčastníkům se potenciálním voličům M. Zemana tyto lidé často považovali za favorita voleb právě konkurenčního kandidáta (29 %).

POZN: Uvedené procentuální údaje je nutno brát vzhledem k omezené velikosti části analyzovaného vzorku pouze jako indikativní a přibližné.

Důvody nevytěžení volebního potenciálu

Vlivy na „odpadlíky“ M. Zemana	Vlivy na „odpadlíky“ K. Schwarzenberga
Politická minulost Miloše Zemana (silný vliv na 23 %)	Diskuse o Benešových dekrettech (silný vliv na 35 %)
Poslední prezidentské debaty (silný vliv na 14 %)	Poslední prezidentské debaty (silný vliv na 25 %)
	Účast K. Schwarzenberga ve vládě (silný vliv na 32 %)

POZN: Tabulka ukazuje, jaké faktory poslední fáze kampaně měly silný vliv na respondenty, kteří nevyklučovali volbu M. Zemana / K. Schwarzenberga, ale nakonec se přiklonili k protikandidátovi nebo nešli volit. Jedná se o vlivy, které posílily toto konečné volební rozhodnutí (neúčast, výběr konkurenta).

Chápání voleb „odpadlíky“ M. Zemana	Chápání voleb „odpadlíky“ K. Schwarzenberga
Oproti voličům Miloše Zemana byl mezi jeho odpadlíky: - výrazně méně zastoupen názor, že ve volbách šlo o vyjádření postoje k vládě (souhlasí 59 %) - byla mezi nimi silnější preference smířlivějšího prezidenta spojujícího společnost (50 %) a prezidenta s politickým stylem V. Havla (64 %)	Oproti voličům K. Schwarzenberga byl mezi jeho odpadlíky: - převládající souhlas s tím, že ve volbě prezidenta jde i o vyjádření postoje k současné vládě (71 %) - převládá názor, že prezident by měl ovlivňovat činnost vlády (77 %), klást důraz na vlastenectví a patriotismus (77 %) a být vyhraněný (56 %)

- Nejčastějším důvodem odchodu voličů od M. Zemana (směrem k neúčasti či volbě K. Schwarzenberga) byla jeho politická minulost a kauzy. Na „odpadlíky“ K. Schwarzenberga (směrem k neúčasti či volbě M. Zemana) měla výrazný vliv diskuse o Benešových dekrettech, účast kandidáta v Nečasově vládě i prezidentské debaty.
- Analýza potvrzuje, že „odpadlíci“ M. Zemana i K. Schwarzenberga plně nepřistoupili na vnímání prezidentství, tak jak se jej tito kandidáti v kampani snažili prezentovat, což mohlo být důvodem jejich neúčasti či příklonu ke konkurentovi.

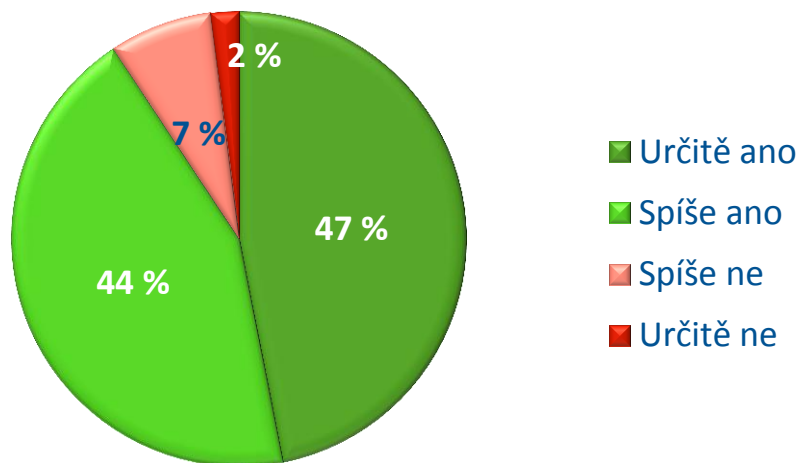
POZN: Uvedené procentuální údaje je nutno brát vzhledem k omezené velikosti části analyzovaného vzorku pouze jako indikativní a přibližné.



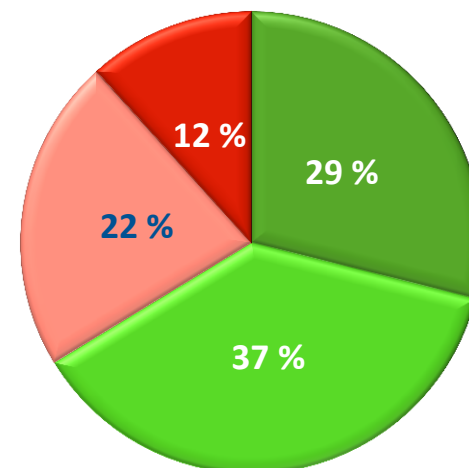
CHÁPÁNÍ DRUHÉHO KOLA PREZIDENTSKÝCH VOLEB MEZI VOLIČI

O co šlo v prezidentských volbách (postoje účastníků voleb)

Osobní sympatie a důvěra kandidátům



Vyjádření postoje k současné vládě



- Drtivá většina účastníků voleb souhlasila s tím, že v prezidentské volbě šlo o vyjádření osobních sympatií a důvěry kandidátům. Většina respondentů (66 %) ale souhlasila i s výrokem, že ve volbách jde o vyjádření postoje k současné Nečasově vládě.
- Rozložení podpory v příjmových a dalších socioekonomických skupinách (slide 11-15), mezi sympatizanty stran (slide 8-9), společně s údaji očekávání od prezidenta (slide 17-18) a s tímto obecným vnímáním voleb respondenty naznačují, že Miloši Zemanovi se podařilo poměrně úspěšně prosadit ideologické vnímání volby jako hlasování proti vládě popř. ideologický střet na bázi levice versus pravice.



MEDIAN s.r.o., Národních hrdinů 73, 190 12 Praha 9
Kontakt: Daniel Prokop, daniel.prokop@median.cz, 608 333 902

