

KRAJSKÉ VOLBY 2016

Předvolební výzkumy ČT - zhodnocení



Předvolební výzkumy ČT - základní informace

Na základě zkušeností z krajských voleb 2012 a voleb do PS Parlamentu ČR v roce 2013 ČT realizovala výzkumy na úrovni krajů se dvěma společnostmi pro výzkum trhu a veřejného mínění **Median a Stem/Mark**. Výstupem je mimo jiné tzv. **aktuální volební potenciál**, který bude zároveň klíčem pro zvaní hostů do předvolebních debat.

- **HLAVNÍ DŮVODY A PODMÍNKY ANGAŽOVÁNÍ DVOU AGENTUR:**

- možnost využít dvě na sobě nezávislé tazatelské sítě v rámci jednoho výzkumu
- dlouhodobé zkušenosti s výzkumy podobného typu
- členství ve sdružení SIMAR, které zaručuje kvalitu a nejvyšší odborné standardy v oblasti výzkumu trhu
- nulová spolupráce agentury s politickými subjekty v poslední době

- **TERMÍN REALIZACE:** 8. 8. 2016 - 3. 9. 2016

- **VZOREK:** Minimálně 1 200 respondentů v každém kraji (každá agentura bude realizovat min. 600 rozhovorů). Kvótní výběr podle pohlaví, věku, vzdělání, velikosti místa bydliště a okresu v příslušném kraji.

- **DOTAZNÍK:** Délka 8 minut. Základní demografické otázky, otázky pro konstrukci volebního potenciálu a ad hoc otázky pro zjištění postojů k regionálním a krajově specifickým otázkám. U seznamu kandidujících stran bylo vždy uvedeno i jméno lídra.

- **METODA SBĚRU DAT:** Data budou sbírána kombinací metod osobního dotazování **CAPI** (Computer-Assisted-Personal-Interview) a telefonického dotazování **CATI** (Computer-Assisted-Telephone-Interview), a to **v poměru 30:70**.

- **KONTROLA DAT:** Zvolené metodika umožňuje zpětnou kontrolu **téměř 100 % (CATI 100 %, CAPI 90 %)** provedených rozhovorů, a to ve formě audionahrávky. Data byla podrobována kontrole nejen na straně agentur, ale i na straně analytiků ČT.

Předvolební výzkumy ČT - volební potenciál

Výstupem z krajských výzkumů byl mimo jiné tzv. **AKTUÁLNÍ VOLEBNÍ POTENCIÁL**. Na základě výsledků volebního potenciálu v daném kraji byli do debaty z příslušného kraje zváni lídři krajských kandidátek (vždy zástupci prvních osmi politických uskupení z volebního potenciálu).

DEFINICE

Aktuální VOLEBNÍ POTENCIÁL ukazuje, kolik procent hlasů by strana mohla v současnosti hypoteticky získat, pokud by se k ní přiklonili všichni lidé, kteří její volbu reálně zvažují a nevylučují účast u voleb

Aktuální volební potenciál je matematický konstrukt, který by měl v aktuální realitě velkého počtu váhajících a nerozhodných voličů věrněji a komplexněji než klasické single-response volební ukazatele (voličské preference, volební model atp.) odrážet volební uvažování české populace. Více o konstrukci v příloze I. VOLEBNÍ POTENCIÁL

HLAVNÍ VÝHODY VE SROVNÁNÍ S VOLEBNÍM MODELEM

- Nenutí nerozhodnuté respondenty k výběru jedné strany
- Nediskriminuje strany, které jsou zvažované, ale nejsou tzv. TOP-OF-MIND
- Zachovává se logika média jako zprostředkovatele volebních argumentů. Mizí paradox, že kritériem výběru pro debatu, která spolurozhoduje o volebním zisku, je samotný ukazatel odhadu zisku v hypotetických volbách (volební model).
- Může neutralizovat sociálně desirabilní odpověď („styděl bych se říct, že chci volit stranu X, ale mezi dvěma zvažovanými je uvedu“)
- Do ukazatele vstupuje více respondentů než v klasickém volebním modelu (i váhající a nejistí voliči), potenciál je tak zatížen menší statistickou chybou než volební model

Použití volebního potenciálu pro výběr účastníků debat doporučuje ve svém posudku pro ČT sdružení SIMAR. Volební potenciál byl využit již v předvolebních výzkumech pro volby do PS 2013.

Předvolební výzkumy ČT - zhodnocení výsledků

Stejně jako při volbách do PS 2013 se u krajských voleb 2016 potvrdilo, že měření volebního potenciálu ve spolupráci s renomovanými a osvědčenými společnostmi pro výzkum veřejného mínění generuje přesné a kvalitní výstupy, které v plné míře zajišťují potřeby České televize. Aktuální volební potenciál se ukazuje jako nejvhodnější klíče pro zvaní hostů do předvolebních debat.

Ukazatel volebního potenciálu, který ve spolupráci se sociology a politology zavedla právě Česká televize v roce 2013, převzaly i další společnosti (např. Median) zabývající se výzkumem veřejného mínění.

- Předvolební výzkumy volebního potenciálu ČT **správně určily vítěze voleb ve dvanácti z třinácti krajů**. V posledním (Zlínském kraji) přitom výzkum správně ukázal, že KDU-ČSL má potenciál na zisk okolo 25 % hlasů a může tedy bojovat o první místo.
- Ve **3/4** případů správně určily přesné **pořadí subjektů na prvních třech místech**.
- Ani v jednom případě se nestalo, že by do zastupitelstva vstoupil subjekt, který měl ve výzkumu měřený potenciál pod 5 %.
- Pouze u **tří kandidátek** z celkového počtu 267 došlo **k překročení zjištěného potenciálu**. Hodnota rozdílu se pohybovala v mezích statistické chyby.
- **Správně byl zachycen relativně velký volební potenciál lokálních stran a sdružení** jako – Starostové pro Liberecký kraj, Koalice pro Pardubický kraj – které v minulosti výzkumy měly tendenci podceňovat.
- Do vysílání ČT bylo pozváno celkem **107 lídrů krajských kandidátek z 32 různých stran a koalic**.

Výzkumy pro volební studio

Pro potřeby sobotního volebního studia ČT realizovala výzkum Volebního chování a motivací, jehož závěry byly publikovány ve vysílání.

- **realizátor:** Median
- **sběr dat:** telefonické dotazování, v týdnu před volbami
- **vzorek:** 2 137 respondentů
- výsledky ve vysílání komentoval sociolog Medianu Daniel Prokop