

JIŘÍ BURIÁNEK

ZKOUMÁNÍ POLITICKÉHO VKUSU: POST-MODERNA V METODĚ?

Pro prostého (nikoli nutně prostoduchého) českého sociologa, orientovaného nadto na empirický výzkum, představuje první setkání s postmodernistickými metodologickými koncepcemi skutečně kulturní šok. Ti, kdož osvěceně bojovali s vulgarizacemi typu „všechno souvisí se vším“, se mohou cítit zaskočení zjištěním P. Rosenau-Vaillancourtové, že právě tato představa má pro interpretaci světa větší význam nežli nějaký kauzální model vzájemného působení několika proměnných. Pro exponenty postmodernismu (J.H.Miller, Ch.Norris) kromě toho představuje každá interpretace (což platí vlastně o četbě jakéhokoli textu) interpretaci **špatnou**.

V tomto bodě už zcela jistě ztratí klid i ti, kteří by chtěli spoléhat na flexibilitu kvalitativních metod: přívrženci klasické koncepce operacionalizace samozřejmě již předtím vytyčili v propagované metodě dekonstrukce hrozbu téměř smrtící.

Budeme-li však chápat Feyerabendovo vystoupení Proti metodě především jako odmítnutí ulpívavého a často velmi jednostranného metodologismu a nikoli jako totální odmítnutí vědecké metody, dokážeme se vyrovnat i se situací volby mezi rigorózní objektivitou a nespoutanou kreativitou. Vyjádřeno hezkou metaforou téhož autora: metodologie může vystupovat jako přísná a pedantická hospodyně stejně tak jako nejrůznější požitky nabízející frivolní kurtizána.

S ohledem na existenci spásného principu komplementarity (Petrušek 1993) by obzvláště v dané dichotomii nemusela snaha o určitý kompromis vzbudit opovržení. Asi proto jsme se pokusili v našem předvolebním výzkumu image politiků a politických stran smísit standardní survey-výzkum veřejného mínění s aplikací projektivních technik, které obsahují mnoho prvků kvalitativní metodologie. Výsledná interpretace atributivních asociací získaných od respondentů pak představuje opravdu vydatný postmodernistický koktejl.

Vědomí, že získané interpretace budou sotva lepší než jiné, alternativní, může být kompenzováno příjemným pocitem, že dáváme čtenáři šanci zapojit se do hry. Pro ty, kteří by poněkud staromódně dávali přednost validitě před originalitou, připojujeme jeden podstatnější argument. I v postmoderním světě neztrácejí metodologické **experimenty** svoji vědeckou hodnotu.

IMAGE JAKO STRUKTUROVANÁ PROJEKCE/ATRIBUCE

Inspirace k našemu výzkum vzešla z francouzských zdrojů, navržené šestice symbolů (zvířata, květiny, sportovní odvětví, počasí, barvy, atd.) byly ovšem přizpůsobeny českému kulturnímu kontextu. Protože šlo o pokus v našich podmínkách dosti neobvyklý, vyjdeme ze stručné bilance zkušeností, které jsme mohli převzít.

Navázali jsme na akci, kterou uskutečnili francouzští sociologové pro list *Le Point* v roce 1975. Její výsledky využil k podrobnějším komentářům Pierre Bourdieu ve své slavné studii o vkusu (*La distinction*, 1979). Občanům byly cestou anketního šetření předkládány skupiny symbolů (Bourdieu mluví jednoduše o objektech v rámci určité hry, *un jeu de société*), které měly být přiřazeny k šesti předním politikům té doby. Bourdieu k tomu poznamenává, že jde svým způsobem o návrat k myticko-rituálním praktikám předkapitalistické společnosti a o rozdíl mezi různými formami myšlení (Bourdieu, 1979, s.625). Volba disponibilních asociací, která strukturuje daný sémantický prostor, zřejmě nebyla náhodná: obsahují různé vnitřní protiklady a mají schopnost vyjádřit něco, co si běžný občan často ani neuvědomuje, ačkoli třeba právě na tomto základě formuluje svůj postoj k politickým osobnostem (a nezřídka také stranám). Určité seskupení symbolů, které voliči jednotlivým osobnostem přidělili, tak charakterizuje *image* politika, tedy jakousi celkovou představu, obrázek, anebo také nálepku, pod níž je prostě ve vědomí veřejnosti veden.

Tab.1. Celková charakteristika osobností – barvy (údaje v procentech):

	bílá	černá	modrá	oranžová	žlutá	zelená
Giscard d'Estaing	35	10	29	6	9	12
J. Chirac	16	9	25	12	18	18
F. Mitterand	13	10	13	23	18	24
G. Marchais	6	40	7	20	14	14

První publikace výsledků v revue *Sondage* (No.3–4,1975) vyjadřovala názor, že „studium výsledků této hry je zábavou, ale její cíl ztrácí tento charakter“. P.Bourdieu ukázal, že údaje jsou s to odrážet velmi zřetelně sociální diferenciaci objektu: údaje totiž vykazovaly silnou statistickou (!) souvislost s politickou orientací (viz tab.2), ale také s příjmem respondenta (Bourdieu, 1979, s.625–640). Na druhé straně kriticky hodnotil její žurnalistické využití, které rádo operuje zdáním objektivitu a politické indiference. Pro P.Bourdieu představují jména politiků „pretexty hry atribuce, *category*, a předkládané objekty atributy, predikáty, *category*...“ (tamtéž, s.627). Vedle naznačení reputace jednotlivé osoby tu jde o zjištění (experimentální simulaci) „kolektivních reprezentací“ (s.634), které mohou překlenout rozdíly v postavení jednotlivých aktérů.

Bourdieu počítá s objekty sociálně tříděnými (*classé*) i sociálně třídícími (*classant*), nerovně distribuovanými i přiřazenými – ať explicitně nebo implicitně – společenským třídám.

Tab. 2. Typické charakteristiky podle volební preference:
(nejčastěji uváděné symboly, % zastoupení)

Voliči Mitteranda:	RODINA	ZVÍŘE	BARVA
d'Estaing	otec (21)	liška (30)	bílá (36)
Poniatowski	děd (31)	vůl (42)	černá (39)
Chirac	zeť (26)	havran (28)	modrá (22)
Servan-Schreiber	bratr (25)	želva (32), cikáda	žlutá (31)
Mitterand	otec (29), syn	mravenec (24)	zelená (34)
Marchais	bratranec (26)	vůl (21)	oranž. (26)
<i>Voliči G. d'Estaing:</i>			
d'Estaing	syn (34)	mravenec (40)	modrá (37)
Poniatowski	otec (37)	vůl (42)	žlutá (23)
Chirac	bratr (30)	mravenec (27)	modrá (28)
Servan-Schreiber	zeť (29)	želva (35), cikáda	oranžová (32)
Mitterand	zeť (27)	želva (23), cikáda	oranžová (27)
Marchais	bratranec (58)	havran (45)	černá (60)

V tabulkách je například velmi dobře vidět, že příznivci určitého politika vidí svého „oblíbence“ poněkud jinak než jeho odpůrci. Nicméně vedle přirozené tendence přidělovat preferovanému politikovi např. oblíbené barvy nebo atraktivní automobily Bourdieu ukázal, že lidé rozeznávají (nebo přinejmenším stereotypně přisuzují) u hodnocených osobností některé specifické charakteristiky myšlení nebo jednání. Diferenciace podle příjmových kategorií již vlastně nedokázala změnit strukturu atribucí. Jistě není náhodné, že Giscardovi d'Estaing byla výrazně často přisouzena hra *bridge* (a dále také *šachy*), zatímco na G.Marchaise zbylo obvykle *domino*.

Z metodologického hlediska Bourdieu uvažuje spíše o rozpoznávání (*reconnaissance*) nežli o praktickém poznání objektivních struktur: to mu nebrání hledat a předkládat velmi dynamické interpretace. Pro sociologickou interpretaci je samozřejmě třeba velmi přesně znát daný kulturní kontext, který zahrnuje La Fontainovy bajky, představy každodenního života, ale také předpokládaný vliv francouzského systému školství, který údajně vyzbrojuje každého Francouze zvláštními praktickými operačními dichotomiemi (P. Champagne, 1989, s.200).

P. Champagne ovšem klade otázku, zda i zde není předpokladem interpretace jakási implicitní shoda tvůrců ankety s myšlením zkoumané populace, která také vede

k užití indikátorů schopných vyjadřovat sociální hierarchii (od Rolls-Royce k Citroenu 2CV). Poněvadž však i většina běžných sociálních indikátorů má silně aproximační ráz, lze se při statistické analýze dat spolehnout na základní *tendence*, arciť s vědomím, že přiřazené objekty mohou být nositelem zcela odlišných významů (Champagne, 1989, s.198). Poukazuje však také na jistá rizika *pocitu evidence*. „Distribuce získané tímto výzkumem by neměly být chápány jinak než jako podmínky systematické a explicitní mobilizace všeho praktického vědění a národní kultury, jež jsou, bezpochyby různou měrou, rozprostraněny všude, nejenom mezi dotazovanými osobami, ale také mezi politology, kteří koncipovali dotazník, a sociology, kteří usilují o interpretaci odpovědí“ (tamtéž, str. 200).

Naše následující úvahy jsou podloženy zcela konkrétními zkušenostmi získanými ve výzkumu předvolebního chování, jež jsme realizovali pro deník Prostor koncem dubna roku 1992 na vzorku 760 respondentů v České republice (cestou kvótního výběru, technikou rozhovoru). Kromě standardních dotazů na volební preference zde byly uplatněny tři typy projektivních otázek, které si kladly za cíl osvětlit latentní zdroje a mechanismy formování image politických stran a jejich představitelů, resp. politických postojů voličů. Základ tvořilo projektivní přiřazování určitých symbolů (asociací) k vybraným politickým stranám (šest stran podle žebříčku předvolebních prognóz) a politiků (vybráno šest leaderů předvolební kampaně). Naším cílem bylo porovnat image konkrétního politika s profilem jeho strany.

V první fázi jsme se soustředili na další zjemnění metody, abychom se vyhnuli situacím nucené volby (a výtkám prekonstrukce reality). Princip rozdělení šesti symbolů mezi šest stran jsme korigovali u politiků tak, že sedmá nabídnutá „nadpočetná“ alternativa mohla zůstat nepřirážena. V předvýzkumu byla respondentům dána možnost doplnit další charakteristiky, většinou ji však nevyužili.

Zkušenosti ukazují, že respondenti reagují na tento typ výzkumu pozitivně: byla zjištěna vysoká míra projevené ochoty zúčastnit se znovu (78 %). Faktem je, že jen zřídka kdy získáváme zcela typické přiřazení (např. J. Dienstbier – polojasno – 40 %). Přesto je pořadí přidělených charakteristik dobře čitelné: pro interpretaci je významná i poslední pozice, která ukazuje, čím daná strana (nebo politik) v očích veřejnosti zjevně **není**. I svým způsobem zprůměrovaná data vystihují některé specifické složky image jednotlivých aktérů. V každém případě jsme našli specifické charakteristiky jednotlivých stran i politiků, které umožňují i dílčí vysvětlení výsledků voleb. Interpretace na principu *ex post* přece jen celou záležitost usnadňuje.

MOŽNOSTI UŽITÍ PROJEKTIVNÍCH TECHNIK V SOCIOLOGICKÉM VÝZKUMU

Našeho výzkumu jsme využili k odzkoušení dalších typů otázek. Kvalitativní charakter měly i dotazy typu *Zvolte barvy na znak preferované strany a baterie otázek projekující obraz strany do podoby restaurace*. Také v tomto tematickém okruhu jsou zkušenosti s reakcí respondentů poměrně dobré, řada z nich byla ochotna

vyplnit i tuto část rozhovoru samostatně v záznamovém archu, tedy bez pomoci či aktivní podpory ze strany tazatele.

To platí i pro modifikaci semiprojektivní techniky dělení kruhu („*koláče sympatií*“). Respondenti byli požádáni, aby do vyznačeného kruhu umístili politiky, které by chtěli vidět působit na politické scéně (tak, aby velikost vymezené výseče odpovídala „významu“). Nejde tu ani tak o konstrukci dalšího z žebříčků oblíbenosti jednotlivých osobností. Zajímavé je, že v jednotlivých „koláčích“ se často sešly osobnosti dosti protichůdné co do základní orientace (např. kombinace Klaus – Zeman). Předběžně to můžeme interpretovat i jako zájem části voličů o zastoupení různých stran v parlamentu, jako přijetí ideje politického pluralismu a jistého „vybalancování“ politických sil či spektra.

Kardinálním problémem aplikace těchto technik zůstává interpretace dat. V tomto směru jsme již podnikli některé skromné kroky: o interpretaci výsledků (resp. samotných symbolů) jsme žádali jak studenty sociologie, tak kolegy (při přednášce v sociologickém klubu). Interpretace jednotlivých symbolů naznačuje značný rozptyl, jiná otázka je, zda lze složit několik použitých dimenzí ve „smysluplný“ celek – jde to kupodivu přece jen o něco snadněji. Zdá se, že výzkumy tohoto typu mohou plnit funkce přinejmenším heuristické. Rozhodně mohou znamenat jisté osvěžení standardního repertoáru, a to právě směrem k rozsáhlejšímu uplatnění metod nestandardních a kvalitativních.

BARVY POLITIKY?

Mezitimulek nechce čtenáře ani zmýlit, ani balamutit: náš předvolební výzkum dosti detailně pracoval s barevnými charakteristikami jednotlivých politiků a politických stran. Ostatně: v oblasti politiky se to barevnými metaforami odjakživa přímo hemží. Nejde jen o to, jaké barevné mimikry politici volí (anebo předstírají): mluví se i tom, jak se kdo *vybarvil*, kdo byl ochoten přiznat *barvu* anebo změnil *barvy* (ve smyslu přestupu k jiné politické straně), apod.

Využití barev v podobě **symbolů** vykazuje některé ustálené tendence, jimž i člověk z ulice dokáže rozumět. V našem prostředí je samozřejmě známa především symbolika barvy rudé, která je více než sto let – samozřejmě nejen u nás – spojována s dělnickým hnutím. Konkrétní a výrazně negativní zkušenosti – zejména u starší generace – připomíná i barva hnědá, která provázela hnutí fašistické. Zjevný význam (nebo několik základních významů) však má i většina ostatních barev spektra: kupříkladu *zelená* je v současné době barvou ekologických hnutí (koresponduje přímo s názvem některých stran), často také barvou agrárních stran, nejrozšířenější je však zřejmě její asociace s nadějí.

Pro pochopení hodnotícího významu u jednotlivých barev měl zvláštní funkci úkol *Zvolte barvy na znak preferované strany*, který potvrdil převládající oblíbenost modré a bílé barvy, zčásti také přijatelnost barvy červené a zelené. Nesympatické strany byly

obdarovány nejčastěji kombinací červené s černou. Podotýkáme, že stejně jako Francouzi jsme do vlastní hry s nabízenými asociacemi nezařadili barvu červenou.

Uvažovali jsme o tom, zda se v barvě může vedle vyjádření určité základní ideové nebo postojové orientace projevit i nějaká osobní charakteristika (zejména u jednotlivých politiků). Psychologická teorie barev (viz test Lüscherův) prokázala, že lidé dávají přednost určitým barvám v souvislosti se svými osobnostními rysy. Lze si klást potom i otázku nejtěžší, zda totiž barvy přisouzené určitému politikovi nemohou vyjádřit nějaký postoj voliče k němu, případně vystihnout některou z jeho skrytých vlastností. V hlavní části našeho výzkumu byly použity výše diskutované principy askripce různých objektů: vedle barev šlo o kulturní, leckdy zřetelně statusové symboly (např. pokrývky hlavy, nápoje), nebo naopak spíše projektivní asociace (sportovní disciplíny, květiny, stromy, druhy počasí apod.). Těmito **kvalitativními** technikami jsme chtěli podchytit právě ono podhoubí volebních preferencí občanů a mechanismy formování postojů. Díky tomu můžeme nabídnout pestrobarevný pohled na utváření politického spektra a při troše odvahy i dílčí vysvětlení volebních výsledků, které přinesly přinejmenším některým stranám jistá překvapení.

PROFILY POLITIKŮ

Na pozadí předvolebních prognóz zisků ODA, jakkoli se potom prakticky nepotvrdily, bylo podnětné sledovat image nového leadera této strany J. Kalvody. Spekulace vyvolávaly již tenkrát také „nové“ akvizice v táboře sociální demokracie, kde vedle V. Komárka začal působit i M. Zeman. Pomocí sad nejrůznějších symbolů (v každém kritériu bylo nabízeno sedm alternativ) jsme samozřejmě „nálepkovali“ i další protagonisty, jejichž vzájemné porovnávání přineslo některé zajímavé výsledky.

Tab. 3 – Symboly přiřazené dotázanými J.Kalvodovi a M.Zemanovi (%)

J. KALVODA		M. ZEMAN		
1. místo	2. místo	1. místo	2.místo	
baret 27	kšiltovka	sombrero 28	kšiltovka 16	HLAVA
modrá 23	zelená 20	žlutá 20	fialová 20	BARVA
judo 22	tenis 17	judo 18	veslování 16	SPORT
víno 19	pivo 17	slivovice 22	coca-cola 20	NÁPOJ
horko 21	bouřky 17	děšť 24	vítr 18	POČASÍ
syn 28	bratr 23	bratranec 21	zeť 18	PŘÍBUZNÝ

S ohledem na vzestup popularity a způsoby prezentace nepřekvapovala barevná kombinace J. Kalvody, připomínající něco jako dynamický konzervativismus. „Dres“

M. Zemana je dosti neotřelý (je ovšem také seskládán z návrhů dotázaných), odkazuje k motivům hledání nových podnětů a získání uznání od druhých. V obrazu (koláži) M. Zemana můžeme objevit i některé motivy (*judo, sombrero, slivovice*), které v předvýzkumu respondenti ochotně přenechávali M. Sládkovi, reprezentantovi jinak poměrně silně odmítaných republikánů. Interpretace jednotlivých symbolů ale nemůže být mechanická: judo totiž charakterizuje v očích veřejnosti i J. Kalvodu a může znamenat prostě zápasení.

J. Kalvodu přibližují motivy tenisu a kombinace *horko – bouřky* obrazu V. Klause. V tomto ohledu byla zřejmě jistá dávka radikalismu očekávána. Na druhé straně je možné, že právě toto přiblížení mohlo způsobit ztrátu specifičnosti image J. Kalvody. Již v předvýzkumu jsme při porovnání obrazu V. Klause a jiného exponenta ODA V. Dlouhého vyzorovali u většiny dotázaných převládající „model“ ODA jako usilovně spolupracujícího, ale přece jen méně atraktivního příbuzného.

Z obecnějšího pohledu je zřejmé, že některým stranám činí potíže profilovat se v určité části politického spektra takovým způsobem, aby neztratily svoji specifikou, svoji identitu. V čase voleb se jevil takovým „přehuštěným prostorem“ spíše pravý střed, v současnosti pozorujeme dosti úporný boj mnoha různých seskupení o onen „klasický“ střed. O něm ovšem mnozí renomovaní autoři soudí, že sice odpovídá pozici a názorům velké části voličů, že však nemůže vykrystalizovat do podoby specifického politického programu.

Při našem zkoumání politických osobností jsme nemohli vynechat J. Dienstbiera. Bývalý ministr zahraničních věcí patří i podle novějších žebříčků mezi nejoblíbenější politiky. Volební nezdar jeho strany (OH celkově nesplnilo pětiprocentní limit, nutný pro vstup do parlamentu – to však neplatilo např. pro Prahu!) asi postavil část sympatizujících před nečekanou situací.

Tab. 4 – Symboly přiřazené dotázanými V. Klausovi a J. Dienstbierovi

V. KLAUS		J. DIENSTBIER		
1. místo	2. místo	1. místo	2. místo	
cyklindr 26	klobouk 22	cyklindr 28	klobouk 20	HLAVA
modrá 20	černá 19	šedá 28	nevyhraněno	BARVA
tenis 42	n	golf 25	tenis 19	SPORT
whisky 28	soda 20	víno 26	pivo 24	NÁPOJ
bouřky 27	horko 25	polojasno 40	n	POČASÍ
otec 22	bratr 18	děd 22	bratr 17	PŘÍBUZNÝ

K nejzajímavější změně v porovnání s výsledky předvýzkumu došlo u barev, kde ovšem v nabídce vystřídal v hlavní části bílou šedá. Tak se asi stalo, že V. Klaus se jako by vrátil od bílé k modré v kombinaci s černou. Pro J. Dienstbiera zase dotázaní

volili místo modré spíše šedou, která je na jedné straně sice nevýrazná, zato ale decentní a svým způsobem klasická. Dnes už můžeme připustit, že jistá nevýraznost OH (bráno z pohledu voličů) zde byla signalizována. U V. Klause jsou modrá s černou prakticky v rovnováze a část dotázaných mohla volbou černé vyjádřit i své antipatie. Chceme jen připomenout, že v obrazu každého politika se skládají dohromady symboly, které jim přidělili příznivci i odpůrci. Předběžné analýzy ovšem ukazují, že rozdíly mezi oběma skupinami nebývají dramaticky velké.

Naše dílčí závěry jsou ostatně potvrzovány i analýzami profilu politických stran. I zde fungují podobné principy „definování“ jejich image (značná, ne však absolutní shoda mezi vůdci a stranami se projevuje např. právě u barev).

Reprezentanti pravice jsou veřejností řazeni spíše k exkluzivnímu pólu, o čemž svědčí například poměrně vysoké procento přidělených cylindrů. Rovněž sporty, které pro ně byly vybrány, patří mezi atraktivní (V.Klaus je běžně spojován s tenisem, J.Dienstbier navíc s golfem). Stejně tak by bylo možno hodnotit přidělené nápoje, avšak zde je asi obsažen poněkud kritičtější podtón. I když whisky se sodou tvoří vlastně docela logickou kombinaci, ti, kdo dávali sodu, chtěli zřejmě vyjádřit něco jiného (dostávali ji hojně také levicoví politikové). Také Dienstbierova „kombinace“ piva s vínem není zrovna skladebná, tehdejší ministr zahraničí ovšem prakticky vůbec nedostával právě sodu.

Ve srovnání s dalšími politiky se objevuje shoda V.Klause a J.Kalvody v *počasí*, v *nápojích* se zase víceméně „shodují“ J.Kalvoda s J.Dienstbierem. Jisté spojení této trojice umožňuje také *tenis a motiv bratra*. Také tento fakt nasvědčuje, že pro „vystižení“ profilu politiků je dosti důležitá základní orientace posuzovatelů, pravděpodobně více než všechny jednotlivé osobní vlastnosti. Navíc musíme počítat s tím, že v souhrnném vyjádření se setkávají hlasy příznivců i odpůrců – nám ale nešlo o měřeni popularity. Snažíme se odpovědět spíše na otázku, kde má jistá míra obliby své latentní zdroje.

POLITIKA JAKO ZÁLEŽITOST VKUSU A CHUTI?

Zajímavé údaje přinesla baterie otázek *Kdyby daná strana měla otevřít svoji restauraci, kde by byla umístěna a jaké nápoje by se tam podávaly* ? V předvýzkumu bylo uváděno jídlo, které přineslo ještě lepší výsledky, pokud jde o diferenciaci stran, jakkoli zde hrály roli určité stereotypy např. u strany zemědělců, resp. zelených, u křesťanských stran apod. Přidělená jídla někdy velmi specificky definují image strany (u odmítaných stran to byly hamburgery, sekaná, apod.). Od stran nynější vládní koalice lidé tehdy očekávali spíše něco „lepšího“ (např. biftek). I zde se však projevovala tendence k diferenciaci mezi špičkou a vyšším standardem (např. řízek, svíčková) v rámci charakteristiky pravicových stran.

Pokud jde o rozmístění stran, ať už v Praze nebo v celostátním měřítku, spolupůsobily zde jak určitá sociální distance, tak také kvalitativní stereotypizace. Používali

jsme devítibodovou klasifikační stupnici, která však musela respektovat referenční rámec jednotlivého respondenta (u někoho to byl celý svět). Např. KDU-ČSL i LSU získaly více než třetinu „licencí“ pro venkovská sídla (to samozřejmě automaticky neznamená jejich zařazení na „periferii“), ovšem liší se nápojem doporučeným k podávání. U KDU-ČSL to bylo ve 43 % víno (opět určitá kulturní konstanta!), u LSU nepříliš vyhraněný agregát, zahrnující pivo (21 %), destiláty (např. slivovice, rum – 21 %), ale i limonády (18 %).

ČSSD bylo čtvrtinou dotázaných orientována na průmyslové oblasti, 22 % ovšem myslelo na významné metropole (velká města kromě Prahy). Proto zřejmě také vedle vůbec nejvyššího zastoupení piva (38 %) uvažovala část dotázaných i o podávání vína (16 %). To vše by mohlo souviset s poměrně vysokým podílem zjištěných předvolebních preferencí této strany (10 %).

Zbývající tři strany jsou výrazně vztahovány k Praze. Platí to již o OH, kterému doporučilo otevření restaurace v Praze 29 % respondentů, a dalších 8 % (zjevně Pražáků) provedlo specifikaci zhruba „někde blízko centra“. Škoda, že jsme neprováděli bližší specifikaci podávaného piva – takto se můžeme jen dohadovat, že v centru by snad oněch 28% dotázaných neočekávalo čepování nekvalitního moku.

Do podobných míst by dotázaní situovali také restauraci ODA. Umístění v Praze doporučilo 23 % dotázaných, zato kromě 7 % umístěnek do centra (od pražských voličů) se objevuje dalších 6 % do exkluzivních částí (např. Staré Město, Malá Strana). Také u ODA sice vede v žebříčku nápojů pivo (20 %), ale fakticky vítězí „tvrdý alkohol“, neboť po 17 % získaly jak destiláty tradiční (rum nebo slivovice), tak destiláty exkluzivní (whisky, koňak).

ODS jako leader prognóz a pozdější vítěz voleb obsadila Prahu zcela jednoznačně – 47 % dotázaných si právě zde představuje restaurační zařízení ODS, přičemž dalších 9 % uvedlo výslovně exkluzivní centrum. Tento výsledek je těžké jednoznačně hodnotit, umisťování do Prahy může u voličů např. z venkova naznačovat také určitou sociální distanci (viz obavy z pragocentrismu), přesto ho chápeme spíše jako zařazení do centra dění, do reprezentativního sídla. Ostatně mnohé napovídá nápojový sortiment – čtvrtina by očekávala destiláty vyšší třídy (whisky, koňak), pětina pivo. Takže i pokud jde o nápoje, převažuje v obrazu ODS gurmánský model nad asketickým.

Porovnáním uvedených „vzorců“ dospíváme ke zjištění o jisté podobnosti mezi ODS a ODA. Příbuznost stran zřejmě nemůže být vyvozována z podílu piva, které přece jen v našich podmínkách reprezentuje jistý druh univerzálie. Dotázaní by celkem velkoryse svěřili výčepní pípu do rukou různých politických stran. Poznáváme pouze na okraj, že reprezentativní složení tohoto vzorku přece jen snížilo podíl vysloveně „trestných“ sortimentů přidělovaných některým stranám (v tomto kontextu to byla např. voda, soda, aj.). Anebo že by se národ přece jen smířil a shodl (přínejmenším v otázce nápoje)?

**VYBRANÍ REPREZENTANTI SPEKTRA POLITICKÝCH STRAN
ODS:**

V našem souboru byla zjištěna značná míra sympatií k vítězné ODS (téměř třetina preferencí). Z toho důvodu je třeba mnohé jí přidělené charakteristiky hodnotit spíše jako známky přízně. Protože jsme k vystižení „profilu“ každé strany použili v pilotní studii deset skupin symbolů, uvedeme v některých zajímavých případech tyto doplňkové, nereprezentativní informace, které označujeme v tabulce kurzívou. Z každé skupiny symbolů přinášíme v zájmu přehlednosti výsledků pouze dva přidělené nejčastěji a jeden zastoupený minimálně.

V předvýzkumu jsme opravdu pole „předem“ zkonstruovali nabídkou slavné ženy (M.Thatcherová – 51 %). Ve vlastním šetření pak již byla ODS přiřazována z nabízených hereček nově vycházející domácí hvězda (I. Chýlková). Trvale vyhraná se jeví volba symbolu tygra a vrtačky, připomínající dravý a průbojný ráz, s nímž je politika této strany spojována. Pozornost zasluhuje i spojení role otce s oběma hrami – jak šachy, tak monopoly definují spíše intelektuálně-strategické myšlení. Image „duchovního otce razantní strategie“ je zřejmě spojen s osobností (nebo přinejmenším s taktó formulovaným očekáváním veřejnosti) vůdce této strany. K tomu jsou připojeny tradiční, zčásti i národní symboly (lípa, růže), které zřejmě vyjadřují pozitivní emoční vztah části voličstva. V těchto parametrech jsme v předvýzkumu zachytili i další trend k poněkud exotickému chápání této strany (orchidej, palma). Výrazná charakteristika pevného dubu bývá ovšem adresována i stranám odmítaným. V každém případě image této strany přesahuje takřikajíc národní hranice. O její exkluzivitě koneckonců svědčí i luxusní automobilový park, který jí dotázaní „věnovali“.

Tab. 5. Celkový obraz ODS v očích veřejnosti (%)

<i>SYMBOL:</i>	<i>1. místo</i>	<i>2. místo</i>	<i>6. místo</i>
STROM	dub (28)	lípa (24)	vrba (10)
ŽENA	I. Chýlková(27)	B. Bardotová (18)	L. Šafránková (9)
BARVA	bílá (28)	modrá (22)	oranžová (10)
NÁSTROJ	vrtačka (25)	kladivo (22)	pila (11)
ZVÍŘE	tygr (30)	býk (24)	myš (5)
PŘÍBUZNÝ	otec (21)	syn (19)	strýc (12)
HRA	šachy (28)	monopoly (26)	maryáš (4)
ROSTLINA	růže (35)	orchidej (33)	pomněnka (4)
AUTO	Mercedes (34)	Porsche (33)	Aero (4)
TVAR	čtverec (31)	trojúhelník (31)	–

Pozn. Kurzíva označuje výsledky předvýzkumu (N=96).

Podle očekávání převažuje v „barevné“ charakteristice modrá, ale o něco více již bílá, tedy jakýsi typ dynamického a podle pocitů některých voličů snad i agresivního (viz též kladivo, býk, Porsche) konzervatismu. Je pochopitelné, že takto vidí ODS spíše část jejích oponentů. Přesto je obraz ODS celkově poměrně homogenní: stoupenci této strany zdůrazňovali hlavně typické charakteristiky (tygr, otec, modrá, Mercedes), ale také oni volili často trojúhelník nebo dub. Ostatní dotázaní se od celkového profilu odchylovali jen v detailech (mírně větší podíl např. rulety, bratrance a oranžové).

ČSSD:

ČSSD nebyla v uvedené době stranou nějak lehce „čitelnou“. Podle mnoha kritérií vlastně nešlo rozhodnout, který prvek převažuje: strana byla pro dotázané stejně tak – s prominutím – koněm, jako psem, liškou či tygrem (ještě v předvýzkumu byl téměř shodný podíl symbolů otec, děd, bratr, strýc...). Tuto stranu tedy nejvýrazněji charakterizuje borovice, což je strom zajisté hezký a ušlechtilý, ale pro někoho možná zároveň rozeklaný. Strana má zkrátka image poněkud různorodý a snad i nepřiliš vyhraněný. Od voličů ODS získala o trochu více tulipánů společně se symboly šroubováku, bratrance a lišky (?!). Stoupenci ostatních stran jí celkem ochotně dávali *domino*. V autoparku této strany převažují vozítka spíše lidová, a podobně by asi vypadalo očekávané či doporučené menu v restauraci této strany (guláš, vepřová).

Tab. 6. Celkový obraz ČSSD v očích veřejnosti (N=760, %)

SYMBOL:	1. místo	2. místo	6. místo
STROM	borovice (24)	lípa (19)	dub (11)
ŽENA	E. Taylorová (22)	J. Bohdalová (19)	I. Chýlková (9)
BARVA	modrá (23)	oranžová (21)	černá (6)
NÁSTROJ	pájka (22)	vrtáčka (18)	pilník (14)
ZVÍŘE	pes (22)	opice (21)	liška (12)
PŘÍBUZNÝ	děd (21)	strýc (20)	otec (11)
ROSTLINA	tulipán (26)	růže (20)	pomněnka (11)
HRA	domino (26)	poker (18)	šachy (13)
AUTO	VW „Brouk“ (30)	Favorit (22)	Mercedes (8)
TVAR	obdélník (32)	trojúhelník (30)	–

Pozn. Kurzíva označuje výsledky předvýzkumu (N=96).

Již koncem dubna signalizovaný vzestup symboliky děda a strýce může sloužit jako důležitější vysvětlení volebních výsledků této strany. Zdá se, že v poslední fázi předvoleb-

ního boje tato strana svůj image ani nezvýraznila, ani „nemodernizovala“. Obecně akceptovaná orientace na „lidové vrstvy“ podkryla otázku hlubší intelektuální profylaxe této strany (viz připsané hry). Barevná kombinace oranžové a modré vyhlíží vcelku zajímavě, poněvadž však oranžová v naší nabídce tak trochu nahrazuje červenou, nelze přehlédnout v tomto uspořádání skryté napětí. Na první pohled lze uvažovat o symbolice „klidné čínorodosti“, ale právě střet aktivity a klidu (v politologické terminologii lze hovořit o ambivalenci role státotvorné či loajální opozice) může narušit harmonii obrazu této strany.

KDU-ČSL:

Celkový image této strany vypovídá o principu prosté jednoduchosti, což dobře charakterizují přidělené rostliny (pomněnka, kopretina). Ostatně i jídla doporučená k podávání v „její“ restauraci byla zčásti dietní (ryby, drůbež, zelenina), zčásti sladká. V předvýzkumu fungovala podle očekávání „historická“ asociace na Janu z Arku. Tabulka ukazuje, čím tato strana zřetelně *není!* Nicméně jistý rozpor je zde naznačen: v kritériu *hry* sice vedle jednoduchého domina figurují ještě poklidné šachy, ovšem značný podíl hlasů připadl i na monopoly, poker i ruletu.

Diferenciace pohledů voličů z jednotlivých oblastí politického spektra stojí zřejmě v pozadí vzniklých kombinací černé s modrou nebo „blízkého“ bratra se „vzdálenějším“ strýcem. Tato strana samozřejmě měla v našem souboru málo vyslovených příznivců, spíše okruh osob potenciálně spřízněných (máme-li na mysli převážně praviceovou orientaci voličstva).

Tab. 7. Celkový obraz KDU-ČSL v očích veřejnosti (N=760,%)

SYMBOL:	1. místo	2. místo	6. místo
ŽENA	K. Hepburn (23)	L. Šafránková (19)	I. Chýlková (12)
STROM	vrba (25)	osika (17)	dub (11)
BARVA	modrá (21)	černá (21)	zelená (9)
NÁSTROJ	pájka (23)	pila (21)	kladivo (10)
ZVÍŘE	myš (29)	pes (19)	býk (11)
PŘÍBUZNÝ	bratr (22)	strýc (22)	syn (10)
ROSTLINA	<i>pomněnka</i> (26)	<i>kopretina</i> (20)	<i>růže</i> (10)
HRA	<i>domino</i> (20)	<i>šachy</i> (19)	<i>ruleta</i> (13)
AUTO	VW „Brouk“ (25)	Mazda (21)	Porsche (8)
TVAR	obdélník (35)	trojúhelník (29)	–

Pozn. Kurzíva označuje výsledky předvýzkumu (N=96).

Na podobném principu funguje dualita obdélníku a trojúhelníku – jeho špičatost může být interpretována jako jistý druh ostráživosti. V českém kulturním kontextu to naznačoval právě symbol kočky (nabídnutý pouze v předvýzkumu), který vyjadřuje jak odolnost, tak ve světě každodennosti také často uvažovanou faleš. Na druhé straně se jiná část dotázaných přiklonila k pozitivnějšímu symbolu (v předvýzkumu to byl kůň). Přesto připomínáme převahu obrázku vcelku nenápadné myšky. V období mezi předvýzkumem a hlavním šetřením ovšem stoupl podíl přidělené černé barvy na úkor bílé.

Jde zkrátka o stranu, která má své příznivce i odpůrce (jako ostatně většina politických stran). V postojích veřejnosti můžeme sledovat vyjádření pocitů v pásmu „skromná, až trochu podezřelá“, ale zároveň také „solidní, spolehlivá“. Mnohé ze symbolů ukazují spíše ke středu politického spektra. Veřejnost pravděpodobně neočekávala nějak průbojná a razantní postoje, což ovšem příliš nerespektovala předvolební rétorika této strany.

ZÁVĚR

Kdybychom chtěli interpretovat izolovaně každý jednotlivý symbol (objekt, atribut, asociaci, projekci – teoretická reflexe tohoto aspektu problému je skutečně zatím v plenkách a nemá smysl to zastírat!), nebraly by zřejmě diskuse konce. Čtenáře mimochodem můžeme ujistit, že průběžně shromažďujeme materiály k exploraci některých symbolů (barvy, stromy) z různých zdrojů. Vyhodnocování našich dat musí tak či onak vycházet ze systémového pohledu – každé seskupení charakteristik lze chápat jako výsek určitého sémantického prostoru, přičemž leckdy jsou naznačena dosti zřetelně jistá implicitní kontinua (např. Mercedes – Favorit). Nadto image každé strany je rovněž posuzován spíše jako celek, třebaže ten je zatím spíše mozaikou. Teprve porovnávání jednotlivých obrazů poskytuje úvahám badatele spolehlivější oporu.

V duchu pořekadla „po bitvě každý generálem“ je dnes interpretace výsledků přece jen o něco snazší a působí méně odvážně. Volební výsledky mnohé předpoklady potvrdily a data se ukazují jako hodnotná a použitelná pro hlubší zpracování. Již při průběžné publikaci výsledků ve „sponzorském“ deníku PROSTOR jsme vyzývali čtenáře ke spolupráci a k diskusi. Činíme tak opakovaně, nyní ve vztahu k širší odborné veřejnosti.

Skutečné výsledky voleb tu mohou sloužit jako validizační kritérium. Na druhé straně nelze nevidět, že jen v některých případech je „profil“ posuzovaného subjektu dostatečně diferencován. Lze proto očekávat i námitku, že validizace provedenou volbou vlastně potvrzuje pouze to, že voliči vidí „svého“ politika v příznivém „vybarvení“.

Mechanismus formování názoru respondenta jsem chtěli zachytit přímým dotazem. Velká část dotázaných (50 %) se údajně řídila spíše emocemi (sympatiemi), méně

respondentů se rozhodlo pro spíše racionální (co nejpřesnější) přiřazení (30 %). Podíl „tradičního“, zvykového řešení byl nejmenší. Zde by samozřejmě byly žádoucí explorační rozhovory se samotnými respondenty, případně participativní výzkum, technika focus-groups, aj. Nové poznatky by bylo zřejmě možné získat i technikami sémantické diference.

Abychom ukázali, že tradiční výtka prekonstrukce reality není zcela na místě, kladli jsem při dotazování nejprve otevřenou otázku (přidělování nápojů) a teprve pak jsme prováděli onu strukturovanou asociaci. Proti studii francouzské máme navíc možnost srovnat image strany a politika, obměňovali jsme také některé symboly (po provedeném předvýzkumu). Náš metodologický experiment měl samozřejmě především povahu heuristickou: nadále se však spolu s nesporně slavnějšími francouzskými kolegy kloníme k názoru, že nasazení těchto technik může – třeba dodatečně – najít svůj hlubší smysl. Nemusí tedy jít jen o pouhou postmodernistickou metodologickou hříčku, o onen známý výlet „za zrcadlo“.

LITERATURA

- Bourdieu, P.:* La distinction, Paris, Éd. de Minuit, 1979
Buriánek, J.: Systémová sociologie: problém operacionalizace, AUC Praha, Karolinum 1994
Champagne, P. et al.: Initiation à la pratique sociologique, Paris, Dunod 1989
Petrusek, M.: Teorie a metoda v moderní sociologii, Praha, Karolinum 1993
Walker, R.(ed.): Applied Qualitative Research, Gower 1985

Investigation of Political Taste

Summary

The article summarizes the results of empirical research on the image of politicians and political parties before the elections in 1992 (Czech Lands, N=760). It draws on experience from France (P.Bourdieu, La Distinction, 1979), but it brings some new views. It combines attribution (of the sets of associations and symbols) with the posing of open-ended, projective questions (allocation of political parties as restaurants, eventually characterized by offering food or drinks). The technique of division of the circle to analyze voters' preferences or politicians is also used. Applying sets of pre-selected associations, their number as well as their structure are changed (when comparing pilot-study results and main research). It also allows a comparison between politician's images (leaders of 6 political parties) and the profiles of their parties. At the same time, the symbolism of colors is used, as applied to sets of plants, cars, games, relatives, weather, famous actresses, tools and so on.

The author's aim has been, firstly, to enlarge the heuristic experiment being aware of the open character of many theoretical questions. He considers the relation between validity and creativity, and the problem of the pre-construction of reality. The chosen methodology resembles postmodern efforts, and also, underlines interpretative procedure and explorative approach. Comparison of the election results allows the use of interpretation post factum, and even explanation of some surprising facts.

The article shows the less clear definition of the image of some parties (Christian democratic, Social democratic, Civic movement), as well as some differences between a politician's image and that of par-

ty (J. Dienstbier and Civic Movement). It indicates the difficulties which are met by parties with the same orientation (Civic Democratic Party, Civic Democratic Alliance) on the right of the spectrum: the images overlap and differ, only in some aspects.

The research has shown that it is possible to apply projective techniques which react to social differentiation and can express social distance in a relatively exact way. Moreover, it has brought impulses to considerations of the efforts of some voters to preserve the political spectrum in balanced form while it confirmed the predominance of rather right orientation of voters in the Czech Republic.