



Tisková zpráva, 21. února 2013

Výzkum: Nová média v podzimní volební kampani nejvíce využili lidovci a TOP 09

Nové komunikační nástroje, jako vlastní webové stránky a sociální síť Facebook, v kampani před podzimními krajskými a senátními volbami nejčastěji využili kandidáti KDU-ČSL, TOP09 ale také strany podnikatele Andreje Babiše ANO 2011. Dokazují to výsledky rozsáhlého výzkumu, ve kterém tým složený z politologů a mediálních odborníků Masarykovy univerzity podrobil analýze online komunikaci všech 233 kandidátů do Senátu a 251 lídrů kandidátek do krajských zastupitelstev. U všech kandidátů se sledovalo i to, jak se na využití nových médií projevil jejich věk, vzdělání či délka politické kariéry.

Politici aktéři, kteří dnes nevyužívají širokých možností internetové prezentace, jako je např. Facebook, Twitter, YouTube, blogy či vlastní webové stránky, prakticky přichází o jednu z nejjednodušších možností jak oslovit mladou a střední generaci voličů. „*Jak ukazují výzkumy, jsou to právě voliči z mladší generace, kteří se řadí mezi neaktivnější uživatele nových médií a zároveň jsou skupinou obyvatelstva s nízkou volební účastí a menším zájmem o média tradiční,*“ vysvětluje politoložka Alena Macková. Všeobecně velmi slabé využití měl v České republice dosud méně rozšířený Twitter a málo užívaný video kanál Youtube.

Ze srovnání senátních a krajských voleb vyplývá, že webové stránky jsou až dvakrát populárnější mezi kandidáty do Senátu. „*Míra užití Facebooku je napříč volbami velmi podobná. U velkých politických stran však můžeme vysledovat výrazně vyšší využití Facebooku u krajských voleb,*“ doplňuje mediální analytička Marta Fialová.

Podrobná analýza velkých politických stran u senátních voleb zvyrazňuje několik odlišností. Trochu překvapivě patřila v těchto volbách mezi neaktivnější strany KDU-ČSL, TOP09 a strana ANO 2011. Všichni kandidáti z těchto tří stran mají vlastní webové stránky a Facebook ve více než 80 % případů. Dobře si vedou i velké strany ODS (web 77,8 % a Facebook 63 %) a ČSSD (web 63 % a Facebook 48,1 %). Ve využívání blogů dominují kandidáti KDU-ČSL (30,8 %).

Význam nových médií ve volební kampani prakticky zcela opomíjejí kandidáti KSČM, u nichž jen necelá čtvrtina disponuje alespoň facebookovou stránkou či profilem. Podobně jsou na tom zástupci Suverenity nebo NS-LEV 21. Nezáměr kandidátů těchto stran o sledovaná média lze vysvětlit menší přítomností jejich voličů v prostředí nových médií. Ale dokonce i Věci veřejné, které se dlouhodobě prezentují jako politická strana vycházející z principů přímé volby a rozhodování s pomocí internetových voleb a diskusí, nevyužívala v poslední senátní volební kampani nových médií nijak nadstandardně, spíše naopak.

Kontakt:

Mgr. Alena Macková, členka výzkumného týmu, amackova@fss.muni.cz, tel. 549 49 4758

Mgr. et Mgr. Marta Fialová, členka výzkumného týmu m.fialova@mail.muni.cz, tel. 549 49 3772

Na vytvoření mezioborového týmu odborníků získala MU dotaci z evropského Operačního programu Vzdělávání pro konkurenceschopnost. Projekt VITOVIN - CZ.1.07/2.3.00/20.0184 potrvá tři roky a jeho výstupem bude řada vědeckých i popularizačně zaměřených publikací.



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

