



názory & vzdělávání

Pražský pravicový volič

Jaroslav Poláček

Policy Paper č. 1/2018

Shrnutí:

- Pro úspěšnou komunální kampaň je potřeba neodkladně připravit kontaktní kampaň
 - s prvky metody D2D založenou na geotargetingu a
 - s využitím stávající pozice komunálních politiků TOP 09

Situace

V roce 2017 ve volbách do Poslanecké sněmovny celkem volilo 60,84 % oprávněných voličů, což je o 1,36 % více než v roce 2013 (59,48 %). Nejvíce voličů odvolilo v hlavním městě (67,13 %), kde TOP 09 získala nejlepší výsledek s 12,6 %, kde ale i tak obsadila až čtvrté místo. Úspěšnost TOP 09 v jednotlivých krajích se liší až o 10 %. Byla nejméně úspěšná v Praze, kde má tři poslance a kde má nejmenší odliv voličů, byť i v těchto případech jde o ztrátu přibližně poloviny hlasů.

Výsledky voleb do Poslanecké sněmovny v Praze (2017)

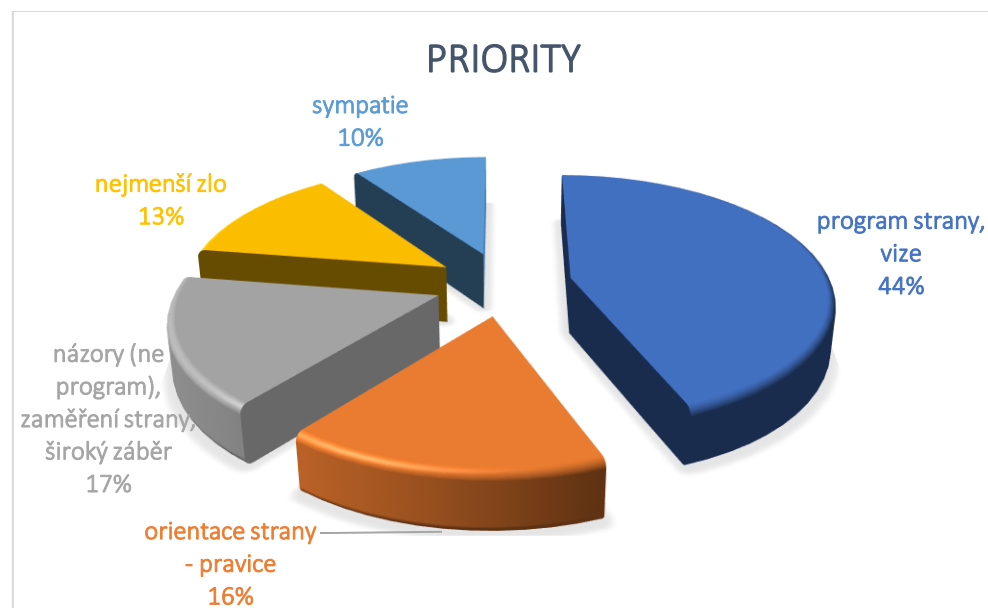
Strana		Platné hlasy	
číslo	název	celkem	v %
1	Občanská demokratická strana	99 182	16,22
4	Česká str.sociálně demokrat.	34 079	5,57
7	STAROSTOVÉ A NEZÁVISLÍ	30 920	5,05
8	Komunistická str.Čech a Moravy	28 158	4,6
9	Strana zelených	14 686	2,4
12	Strana svobodných občanů	12 857	2,1
15	Česká pirátská strana	107 590	17,59
20	TOP 09	77 325	12,64
21	ANO 2011	124 445	20,35
24	Křesť.demokr.unie-Čs.str.lid.	29 143	4,76
29	Svob.a př.dem.-T.Okamura (SPD)	35 547	5,81

Analýza

Pro pochopení situace v Praze je třeba vzít v potaz závěry sociologů, kteří poukazují na to, že většina veřejnosti vnímá politické strany jako sice nutné pro fungování demokracie, ale odcizené, zkorumpované a zaměřené hlavně na blaho svých členů. Jan Herzmann ve své povolební studii Český volič

vyvozuje, že to je patrně hlavním důvodem, proč si většina občanů myslí, že politické strany nerepresentují jejich zájmy – jde o jeden z klíčových důvodů, proč měly podporu protestní strany. To je provázáno i dlouhodobou nechutí lidí do stran vstupovat – nemají pocit, že by to byl smysluplný krok. Jde o průvodní jev komplexní změny, která bývá vysvětlována na modelu emancipující se většiny, která nemá pocit, že by byly naplňovány její potřeby.

Lepší výsledek bude možné získat v místech, kde je středoprávní elektorát, která se skládá zejména z voličů TOP 09, ODS, STAN a Pirátů. Poslední data máme z voleb 2017, která budou nejlepším východiskem pro taktiku kampaně. Ta by měla zahrnout již v této době nemalý počet stávajících zastupitelů, kteří mají v tomto období veřejnou funkci. Jejich role při kontaktní kampani může být v tomto okamžiku vnímána pozitivněji než v období horké fáze kampaně. Radnice mají dlouhodobě měřenou vysokou důvěru veřejnosti a je to i v tomhle volebním období. Pro samotné plánování je nezbytným předpokladem důsledná analýza založená na geotargetingu.



Zdroj: Focus pro TOP 09 (2017)

Program a vize strany může být výhodou. Lze využít stávající zdroje inspirace, která se nabízí ve veřejném prostoru (CAMP). Volič TOP 09 v roce 2018 bude ve středním věkovém pásmu, s maturitou či vyšším vzděláním nemanuálně pracující v oblastech s nižší nezaměstnaností, což není zásadní parametr pro Prahu.

Závěry a doporučení:

- Komunikovat otevřenost TOP 09 na lokální úrovni nejlépe formou příběhů novými členy.
- Realizovat projekty kontaktní kampaně, které by vyzvedly roli komunálních politiků.
- V kampani se zaměřit na oblasti s největším středopravicovým potenciálem na základě geotargetingu.
- Otevírat pražská témata v rámci kompetentního programu.
- Přizpůsobit a testovat komunikaci.
- Realizovat výzkum (jaro 2018) zaměřený na témata a motivační faktory – pozice na politické mapě.

O autorovi:

Mgr. Jaroslav Poláček je více než patnáct let členem celostátních volebních štábů. Vystudoval žurnalistiku a masovou komunikaci na FSV UK. Již v roce 2002 se stal šéfem odborné komise pro informační a komunikační technologie (dále ICT). Dvakrát byl vládou jmenován členem Rady vlády pro informační společnost. Založil analytické oddělení KDU-ČSL. V letech 2008 – 2016 vedl volební kampaně v KDU-ČSL a posléze v TOP 09. Dlouhodobě se věnuje tématu eGovernmentu a digitalizaci voleb. Je spoluautorem knihy *Internet nejen pro historiky a Mezinárodní marketing a informační technologie: vybrané kapitoly*. Pracuje jako seniorní analytik politického institutu TOPAZ.

Editorka publikační řady: Mgr. Lucie Tungul, M.A., PhD.

Ke stažení dostupné na <http://www.top-az.eu/ke-stazeni/>