



Duben 2024

POLITIKA MEZI MLADÝMI: LESK A BÍDA MLÁDEŽNICKÝCH ORGANIZACÍ

Karel Sál

Shrnutí

V současné době se politika zdá být odvětvím, které vzbuzuje mezi mladými lidmi smíšené reakce. Dnešní analýza se zabývá současným stavem a vlivem mládežnických politických organizací, zkoumá jejich přitažlivost a význam pro mladou generaci. Odpovídá také na důležité otázky, jak politické strany v České republice reagují na otázku angažovanosti mládeže a jakým způsobem mládežnické organizace ovlivňují politický diskurz, zejména na sociálních sítích, které se stávají nejdůležitějším prostředkem komunikace s mladými voliči.

Hlavní body

- Mladí se cítí odcizeni tradiční politice, což je výsledek historického vývoje, aktuálních sociálních a ekonomických výzev a nedostatku přitažlivých politických alternativ, které by odpovídaly jejich potřebám a hodnotám.
- Mládežnické organizace hrají zásadní roli v angažování mladé generace v politice.
- Význam sociálních sítí jako primárního komunikačního kanálu pro dosažení mladých voličů stále stoupá a je klíčový pro šíření jejich poselství, angažování a ovlivňování politického diskurzu.

Úvod

Být členem politické strany se v České republice příliš nenosí. Jednak za to může vývoj po roce 1948, kdy politická angažovanost znamenala pouze bezvýhradnou podporu KSČ a také nemůžeme opomenout fakt, že většina příslušníků nastupující generace Z¹ neshledává program a styl současných stran příliš vábným. Připočítejme katastrofální nedostatek dostupného bydlení a pocit, že současný svět je odsouzen k nevyhnutelné klimatické katastrofě (více Sál 2022) a získáme mix důvodů, proč se mladí lidé do politiky nehrnou a do politických stran už tuplem ne.

Strana, která dokáže mladou generaci nejen zaujmout, ale také přesvědčit, že investice volného času do politické organizace má smysl, je úspěšnou catch-all-party. Partaj, která se zasekla s nižšími desítkami straníků a funguje pouze jako fanklub aktuálního vedení, je mrtvou a vyprázdněnou organizací, jejíž existenci ohrožuje generační výměna. Proto se řada českých stran rozhodla zabezpečit svoji budoucnost a budovat mládežnické organizace. Jednak proto, aby si stranické orgány otestovaly způsoby, co na mladé platí a co ne, ale také aby si vychovaly vlastní kádry, které ponесou prapor v dalších desetiletích. Některé se tohoto úkolu zhostily úspěšněji, některé pouze paběrkují.

Dnes se zaměříme na důvody, proč jsou mládežnické organizace v politickém procesu téměř nezastupitelné. Také zabrousíme do nedávné historie a ukážeme, které současné mládežnické organizace dokážou oslovovat mladé lidi a jak si stojí na nejdůležitějším bitevním poli současnosti – sociálních sítích.

Pro dědu asi dobrý

Politika je oboustranným procesem. Představa voliče jako politického statisty, jehož jedinou povinností je jednou za 4 roky pročíst předvolební programy všech relevantních stran a vybrat jednu, která mu konvenuje nejvíce, již neodpovídá představám průměrného občana, jak by měla politika fungovat. Ačkoliv elitistické koncepce demokracie mají svůj půvab, v současnosti vyžadujeme zapojení občanské společnosti po co nejdélejší dobu celého politického procesu a při procesu rozhodování, a to tak, aby suverén (tj. lid) mohl korigovat rozhodování kohokoliv, který je zrovna u moci.

A nejde pouze o selekci témat, kdy např. občanské sdružení tlačí na místní radnici, aby konečně „něco udělala“ s parkováním, ale také odpor k již přijatým krokům. Příkladem může být poměrně odvážné rozhodnutí chebské radnice, která v roce 2013 vydala obecní vyhlášku, jež omezovala provozní dobu hospod a barů. Kvůli protestům provozovatelů a za ostrého nesouhlasu štamgastů byl neuvážený krok radnice po několika týdnech zrušen (ČT24, 2013). To ukazuje, že politický zápas je vlastně neohraničeným procesem, který probíhá kontinuálně a pokud jde o téma, které se dotýká větší části společnosti (což otevírací doba hospod v Čechách rozhodně je), může politika doslova hory přenášet.

A jak toto souvisí s mladými a mládežnickými organizacemi? Velmi úzce. Představitelé politických stran si samozřejmě uvědomují, že svoji podporu čerpají z vybraných věkových a socioekonomických skupin, z nichž některé konkrétní stranu podporují více než jiné. U hnutí ANO jsou to hlavně starší ročníky bydlící na periferiích, u TOP 09 hrstka městských liberálů v Praze a Brně, u Pirátů jsou to hlavně mladší ženy ve větších sídelních celcích. Jenže žádná strana si dnes nevystačí pouze s jednou ohraničenou voličskou skupinou. Dávno pryč jsou doby, kdy dělník volil jen a pouze sociální demokracii (či komunisty), zemědělece zastupovala agrární strana a Židé se organizovali v Židovské straně. S rozmrzutím stranických systémů v 60. letech 20. století a po zbytnění postmoderních politických

¹ **Generace Z:** Lidé narození v letech 1995 až 2014, stáří 10 až 29 let v roce 2024. V případě ČR s počtem 2,1 milionu osob tvoří generace Z cca 20 % populace.

témat vznikají strany, které jsou univerzální (ona zmiňovaná catch-all). Moderní politická strana musí mít něco pro každého – tedy i pro mládež. A jak jinak mládež zaujmout, než se je pokusit oslovit dalšími mladými lidmi, kteří v rámci politické strany již působí.

Mládežník nastupuje

Pokud se podíváme na chápání mladých lidí optikou politických stran, nemůžeme přehlédnout jistou míru ambivalence, a to hlavně v oblasti morálních kvalit, které jsou mladým všeobecně přisuzovány. V tomto ohledu strany chápou mladé jako skupinu s velkým inovačním potenciálem a znalostí nových technologií, stejně tak jako skupinu charakterizovanou nezaměstnaností a relativní chudobou (vlastní, nikoliv rodičů), naivitou, nestálostí či sklony k jednoduchým řešením a zkratkovitému jednání (Blöss, Feroni, 2005: 3).

Mladí lidé jsou tak chápáni jako specifická skupina, jejíž hlavní charakteristikou je věk a nikoliv další proměnné (pohlaví, místo bydliště, sociální status apod.). Ostatně věk samotný je v politice velmi důležitým kvalifikačním předpokladem. Člověk získává aktivní volební právo věkem (v ČR 18 let) a pasivní volební právo od 18 let (zastupitelstvo obce), od 21 let (Poslanecká sněmovna, krajské zastupitelstvo, Evropský parlament) či od 40 let (senát a úřad prezidenta). Věkové omezení u pasivního volebního práva mladým vzkazuje, že 40letý kandidát do senátu musí přeci být mnohem vyspělejší než 39leté pískle. Na to, zda toto omezení dává smysl, si každý člověk musí odpovědět sám.

Ambivalentní postoj politických stran k mladým se projevuje i ve specifickém organizačním uspořádání samotných mládežnických organizací. Z právního hlediska se v drtivém počtu případů jedná o přidruženou suborganizaci, která stojí mimo oficiální strukturu strany a má na starosti specifickou činnost při objevování a selekci kádrů (Duverger 2016: 62). Kromě podpůrných, ale viditelných činností (pomoc v kampaních, stafáž během televizních pořadů a propagace strany a jejích priorit) má mládežnická organizace jeden důležitý cíl: Co největší počet organizovaných individuí a z tohoto souboru vybírat ty s nejlepšími předpoklady, kteří následně budou přijati do strany samotné. A jak se toto českým politickým stranám daří?

Kdo kraluje v Čechách?

Zjistit, jak úspěšně mládežnická organizace vlastně funguje, je poměrně těžké. Logicky by hlavními ukazateli úspěšnosti měly být počty členů a počty členů této organizace, kteří to později v mateřské straně dotáhli na vysoké politické posty. Bohužel počty členů mládežnických organizací většinou strany neuvádějí. Veřejně dostupná čísla jsou jen velmi hrubá a jsou mládežnickými organizacemi samotnými často uměle navyšována, aby byl mediální obrázek lepší než krutá skutečnost.

Druhý ukazatel – úspěšnost členů ve vlastní straně – zase můžeme použít pouze u mládežnických organizací, které jsou aktivní již dlouho. Zde přirozeně mají výhodu ty mládežnické organizace, které působí desítky let – třeba Mladí konzervativci, mládežnická organizace ODS založená v roce 1991. Ve výčtu bývalých členů můžeme najít současného ministra kultury **Martina Baxu**, bývalého ministra životního prostředí **Pavla Drobila** či bývalého ministra vnitra **Ivana Langera**. Podobně na tom jsou Mladí sociální demokraté – mládežnická organizace ČSSD založena roku 1990, jejíž řadami prošli třeba bývalý premiér **Stanislav Gross**, bývalý senátor **Jiří Dienstbier** či bývalý ministr zahraničí **Tomáš Petříček**.

To, že se původní členové Mladých konzervativců či Mladých sociálních demokratů poté objevují ve vládách ODS potažmo ČSSD, ukazuje, že výtah v podobě brzké politické angažovanosti v České republice do jisté míry funguje. Na druhou stranu nemůžeme přehlédnout fakt, že jedním z viditelných členů Mladých konzervativců býval Petr Mach, který v současné době kandiduje za SPD Tomia Okamury

do europarlamentu. Zlý jazyk by mohl prohlásit, že ODS si vychovala soupeře, který nyní cílí na podobné voliče a oslabuje tak stranu samotnou. To pak ztěžuje samotné zhodnocení toho, jak moc jsou jednotlivé mládežnické organizace úspěšné.

Jiný příběh vidíme u těch mládežnických organizací, které vznikly později. Ať už mluvíme o TOP týmu (založeno 2011), Mladých lidovcích (2012), Mladém ANO (2015), Mladých starostech a nezávislých (2015) či Mladém Pirátstvu (2018), vždy musíme mít na paměti, že jedna dekáda na budování funkční mládežnické organizace je prostě málo, aby se základní funkce selekce nových vůdců vůbec stačila projevit. Jak tedy zhodnotit působnost jednotlivých mládežnických organizací, když neznáme přesná čísla členů a zhodnocení úspěšnosti selekce nových kádrů je téměř neřešitelné?

Musíme si vystačit s analýzou aktivity na sociálních sítích, jelikož internet je v současné době hlavním médiem, odkud mladí lidé získávají informace o politice. Jak ukázal nedávný průzkum společnosti Kantar, pro 81 % Čechů a Češek od 16 do 30 let jsou hlavním zdrojem informací platformy jako Facebook, Instagram, X či TikTok, téměř polovina sleduje televizní zpravodajství a 27 % poslouchá rádio (ČTK, 2023). Mládežnická organizace, která je na sociálních sítích neaktivnější, bude prostě úspěšnější než ty, o kterých týdny a měsíce nikdo neslyšel.

Ze současných 7 politických stran v Poslanecké sněmovně mají mládežnickou organizaci všechny kromě SPD. Sice existuje facebooková stránka Mladí Espéďáci (ME), ale organizační struktura a aktivity připomínají spíše fanklub než skutečnou a funkční suborganizaci mateřské strany, tudíž ME z výběru vyřazujeme. Mezi mimoparlamentními stranami najdeme jednu organizaci, která je mimořádně aktivní (Mladí sociální demokraté). Vzhledem k dlouhé historii a poměrně robustní sebe prezentaci v posledních letech je do výběru zahrnujeme také. Opačný příklad jsou Mladí Zelení a Komunistický svaz mládeže, které vyřazuje slabý výkon mateřských stran během posledních parlamentních voleb. Touto selekcí získáme 7 případů, v tabulce níže řazený dle abecedy.

V analýze se zaměřujeme na celkovou sebe prezentaci na 4 sociálních sítích: Instagram, Facebook, X a TikTok. Zaměřujeme se na 22 proměnných (viz tabulka č. 1 níže), a to jak na celkový počet příspěvků, like či nahraných videí, tak aktivitu v posledních 30 dnech (data sbírána v období 14.–15. února 2024) za pomoci aplikace SocialBlade. Některé údaje musely být dopočítány analytickým týmem, tudíž jejich přesná hodnota se může ve skutečnosti mírně lišit (1–3procentní body).

Co nám tabulka níže ukazuje? Největší počet sledujících na Facebooku a na Twitteru mají Mladí sociální demokraté, na Instagramu dominuje Mladé Pirátstvo, a to jak v největším počtu sledujících, tak vykazuje nejvyšší míru zapojení. Nejvíce na Facebooku utratili Mladí Starostové a nezávislí (odhad). Ačkoliv pro většinu mládežnických organizací je stále nejrobustnější platformou Facebook (nejvíce příspěvků a sledujících), aktivita se postupně přesunuje na Instagram, kde úspěšný mix mezi fotografiemi a videi (zhruba 1 : 5) vykazují jak neaktivnější Pirátstvo, tak TOP tým a Mladé ANO. U těchto organizací nám poměr napovídá, že správci vědí, co na konkrétní platformě mají dělat.

Zajímavé je, že aktivní na TikToku jsou pouze 3 organizace (Mladé ANO, Mladí sociální demokraté a Mladí konzervativci). Ostatní mládežnické organizace pravděpodobně respektují varování Národního úřadu pro kybernetickou a informační bezpečnost (NUKIB, 2023), ale tím se významně limitují v dosahu právě na nejmladší uživatele

Údaje z X musíme brát s rezervou. Jednak síť po zakoupení Elonem Muskem prodělává odliv uživatelů a jeho pověst do jisté míry upadá, a to hlavně u mladých uživatelů. X, který byl v minulosti považován za Mekku politického marketingu, anebo alespoň místo, kam se chodili pohádat ti, kteří o politice něco věděli, tak v současné době plní podobnou roli jako Facebook – sice stále robustní platforma, ale spíše pro starší a pokročilé.

Celkově můžeme říci, že nedávná investice Sociální demokracie do marketingu je v celkových číslech vidět a Mladí sociální demokraté tak vedou ve většině sledovaných ukazatelů. Na druhou stranu nemůžeme opomenout poměrně úspěšné působení Mladého ANO, které svoji propagaci staví na organickém nabalování příznivců a využívání progresivních technologií (hlavně Instagram a TikTok), čímž dosahují podobných výsledků jako ty organizace, které se za reklamu musí platit.

Úspěšnost sebepropagace na sociálních sítích totiž stojí hlavně na obsahu, který nesmí být vtíravý a opakující se. Pokud mají mladí lidé pocit, že konkrétní organizace (a je jedno, zda se jedná o mládežnickou organizaci, firmu či státní instituci) příliš tlačí na pilu či obsah recykluje na více platformách, tak rychle ztrácí zájem. Pokud správci sociálních sítí mají cit na trendy a na styl propagace, který je v současné době svěží a chic, pak jste králi sociálních sítí. Příští bitva o mladé voliče bude probíhat na Instagramu a TikToku. A tam uspějí pouze ti, kteří budou připraveni.

	Mladé ANO	Mladé Pirátstvo	Mladí konzervativci	Mladí lidovci	Mladí sociální demokraté	Mladí Starostové	TOP tým
Instagram							
Počet sledujících	1 197	2 072	1 134	1 379	1 267	1 281	1 619
Počet příspěvků	172	203	251	204	500	276	423
Průměrný počet lajků na příspěvek	cca 40	221	52	50	95	60	62
Průměrný počet komentářů na příspěvek	cca 1,5	47	0,4	0,31	7	1,25	1,6
Míra zapojení	6%	12,97%	4,60%	3,72%	8%	4,82%	3,98%
Počet přidávaných příspěvků za posledních 30 dní	10	12	8	2	12	5	2
Charakteristika příspěvků	16 % videa, 84 % fotografie	16 % videa, 84 % fotografie	33 % videa, 67 % fotografie	41 % videa, 59 % fotografie	33 % videa, 67 % fotografie	16 % videa, 84 % fotografie	8 % videa, 92 % fotografie
Facebook							
Založeno	25.08.2015	07.08.2013	25.01.2011	28.10.2012	22.06.2011	30.03.2015	10.03.2011
Počet správců	5	19	5	8	9	7	6
Počet lajků	1 919	2 025	3 547	3 430	4 483	1 243	3054
Počet sledujících	2,2 tisíce	2,1 tisíce	3,6 tisíce	3,5 tisíce	4,8 tisíce	1,3 tisíce	3,6 tisíce
Počet přidávaných příspěvků za posledních 30 dní	8	12	4	2	12	6	2
Celkově vydané prostředky na reklamu	0	< 8 600 Kč, celkový počet propagovaných příspěvků 7	<19 800 Kč, celkový počet propagovaných příspěvků 15	nenalezeny žádné publikované reklamy, tedy 0	<6 900, celkový počet propagovaných příspěvků 26	< 26 700 Kč, celkový počet propagovaných příspěvků 31	<700 Kč, celkem 3 propagované příspěvky, všechny v roce 2019, v současnosti reklamu neprovozují
Celkový počet událostí	1	57	183	44	81	36	103
Celkový počet nahraných videí	10	14	21	57	58	50	75
Twitter							
Založeno	březen 2017	květen 2021	říjen 2012	únor 2020	září 2013	červen 2020	17.08.2011
Počet followerů	37	948	485	493	1 767	571	958
Počet tweetů	1	366	2 137	190	1 751	492	535
Počet příspěvků za posledních 30 dní včetně retweetů	0	28	15	0	13	5	6
Celkový počet lajků	nezjistěno	226	2 053	293	629	1 492	2 074
TikTok							
Počet sledujících	25	není	není	není	43	není	35
Počet lajků	70	není	není	není	0	není	107

Zdroje

- Blöss, T., & Feroni, I. (2005). Jeunesse: objet politique, objet biographique. *Enuete*, (6), 1-22.
- ČTK. (2023, 7. srpna). Ze sociálních sítí čerpá informace 81 procent mladých Čechů, častěji je ověřují. *Idnes.cz*.
https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/analyza-mladi-cesi-aktualni-deni-socialni-site-crdm.A230807_151143_domaci_mgn
- ČT24. (2013, 5. ledna). Mají zavírat hospody v deset jako za starých časů? ČT24.
<https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/domaci/maji-zavirat-hospody-v-deset-jako-za-starych-casu-294921>
- Duverger, M. (2016). *Politické strany*. Praha: Karolinum.
- Národní úřad pro informační a kybernetickou bezpečnost. (2023, 8. března). Aplikace TikTok představuje bezpečnostní hrozbu. <https://nukib.gov.cz/cs/infoservis/hrozby/1941-aplikace-tiktok-predstavuje-bezpecnostni-hrozbu/>
- Panebianco, A. (1988). *Political parties: organization and power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sál, K. (2022, září). *Politické postoje mladých*. Institut pro politiku a společnost.
<https://www.politikaspolecnost.cz/wp-content/uploads/2022/09/Politick%C3%A9-postoje-mlad%C3%BDch-IPPS.pdf>

Autor



KAREL SÁL

Analytik

Karel Sál vystudoval politologii na Institutu politologických studií Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy, kde v roce 2016 obhájil disertační práci s názvem Demokracie v krizi nezájmu: účinky využití internetových voleb ve volebním procesu vybraných zemí. Odborně se zabývá problematikou e-Governmentu, internetovými volbami a informační svobodou. Je autorem několika odborných článků, vystupuje na mezinárodních konferencích a je zakladatelem a editorem think-tanku e-politics.cz.

Vydavatel



INSTITUT PRO POLITIKU A SPOLEČNOST

Posláním Institutu je zkvalitňování českého politického a veřejného prostředí prostřednictvím profesionální a otevřené diskuse a vytvoření živé platformy, která pojmenovává zásadní problémy, vypracovává jejich analýzy a nabízí recepty pro jejich řešení formou spolupráce expertů a politiků, mezinárodních konferencí, seminářů, veřejných diskuzí, politických a společenských analýz dostupných celé české společnosti. Jsme přesvědčeni, že otevřená odborná diskuse a poznání podstaty a příčin jednotlivých problémů jsou nutným předpokladem jakéhokoli úspěšného řešení problémů současné společnosti.



Martinská 2, 110 00 Praha 1



www.politikaspolecnost.cz



+420 602 502 674



office@politikaspolecnost.cz