

Prezidentské volby v České republice analýza online médií a Facebooku: 1.10.2012 – 1.1.2013

Shrnutí

Automatická analýza velkého množství dat z Internetu ukazuje velmi odlišný obraz, než jaký veřejnosti prezentují průzkumy veřejného mínění, které pasují na jednoznačné favority prvního kola prezidentských voleb Jana Fischera a Miloše Zemana.

Podle výsledků naší analýzy online médií (zpravodajské portály a blogy) má největší šanci Miloš Zeman, těsně za ním jsou Karel Schwarzenberg a v poslední době stále více ztrácející Jan Fischer. S poměrně výrazným odstupem následují Jiří Dienstbier a Vladimír Franz. Zbývající kandidáti jsou již příliš pozadu a nemají šanci postoupit do druhého kola.

Na Facebooku, kde prim hraje mladá generace, je situace ve srovnání s online médii hodně odlišná. Dlouhodobě vedoucí Vladimír Franz v poslední době mírně ztrácí, dobře se drží Karel Schwarzenberg. Třetím v pořadí je Jan Fischer, u kterého ale v posledním období výrazně narostl krajně negativní emoční náboj. Miloš Zeman je na Facebooku tradičně slabým hráčem.

Podle našeho názoru ovlivní výsledky prvního kola především fakt, do jaké míry se mladí voliči rozhodnou jít k urnám. Pokud se zúčastní v hojném počtu, do druhého kola spolu s Milošem Zemanem postoupí Karel Schwarzenberg.

Metodologie

Semantic Visions použila obdobný přístup jako v případě své úspěšné predikce parlamentních voleb 2010 ve Velké Británii (pro CNN) a prezidentských voleb 2012 ve Spojených státech. Zjednodušeně řečeno, o volebních výsledcích rozhoduje všeobecná známost osoby (celkový počet článků a zmínek v médiích), její vnímání (poměr pozitivních a negativních zmínek v médiích) a v konečné fázi kampaně i jejich vzájemná dynamika.

Oproti předešlým případům, Semantic Visions do své analýzy zahrnuje i data z Facebooku, která přinesla další rozměr. Výchozí data z Facebook profilů jednotlivých prezidentských kandidátů laskavě poskytla firma **Socialbakers**, u online médií byla hodnocena data přímo získaná Semantic Visions.

Hodnoceným obdobím bylo 1.10.2012 – 1.1.2013. Analyzovány byly dva velké soubory dat:

(a) Online média: 375 880 článků získaných z celkem 1.760 online zdrojů (zpravodajské portály a blogy), které publikují ve formátu RSS. V této množině článků bylo automaticky identifikováno 37 723 zmínek o jednotlivých kandidátech, které byly dále podrobeny detailní analýze sentimentu / emočního náboje (u všech kandidátů byly aplikovány stejné algoritmy).

(b) Sociální sítě: 62 332 postů a komentářů z Facebook profilů všech devíti prezidentských kandidátů. V tomto obsahu bylo automaticky identifikováno 9 712 postů a komentářů majících emoční náboj. Tyto byly dále podrobeny detailní analýze, která rozlišovala tři úrovně pozitivního, resp. negativního sentimentu (u všech kandidátů byly aplikovány stejné algoritmy).

Profil společnosti

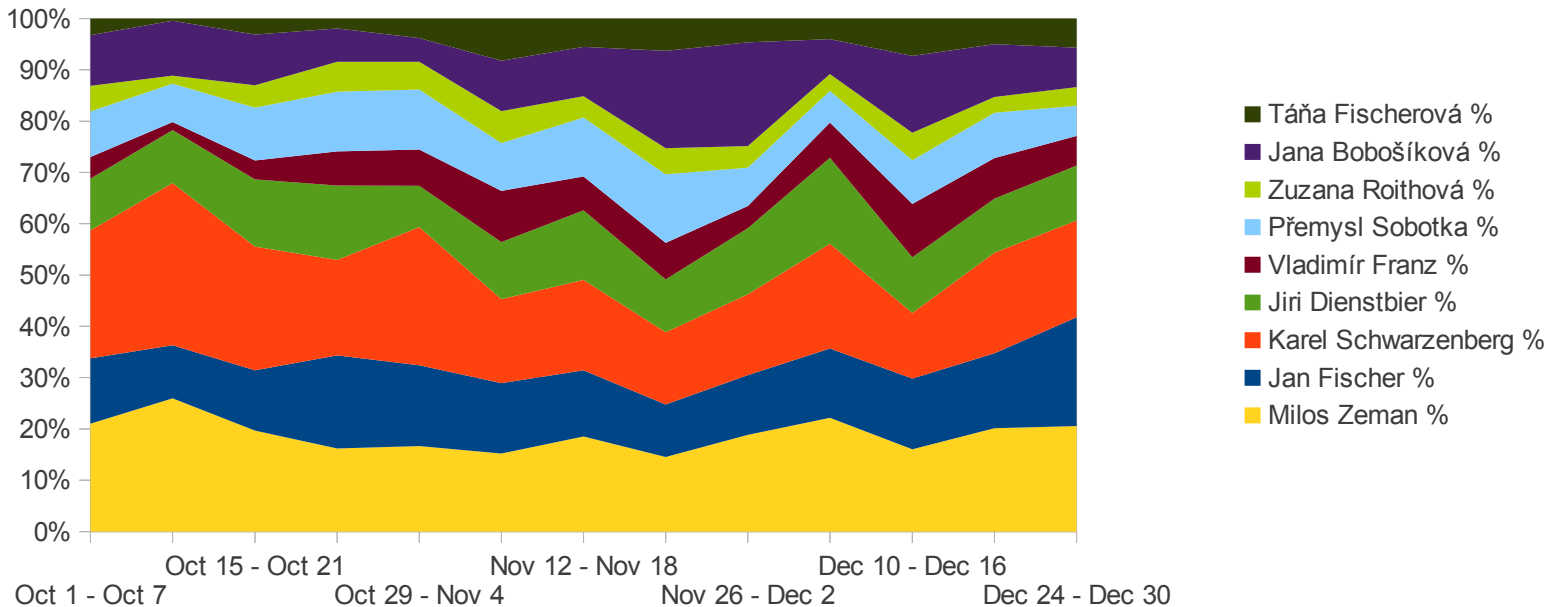
Semantic Visions je světovým lídrem v oblasti automatického porozumění textu a analýzy sentimentu. Provozuje největší zpravodajský systém na světě zaměřený na analytické zpracování informací z volně dostupných zdrojů uveřejňovaných na internetu (zpracovává cca 90% světového obsahu), který získal ocenění britské vlády a dvě světové technologické ceny.

Inovativní produkty Semantic Visions zahrnují detektor vznikajících událostí, sémantický kontextuální vyhledávač zpráv, nástroje sentiment analýzy, inteligentní zpravodajské alerty a na míru šité informační portály. Mezi reference ve světě patří např. CNN, Bild a SAP. Domácí reference zahrnují Český rozhlas, Českou spořitelnu nebo Českou bankovní asociaci.

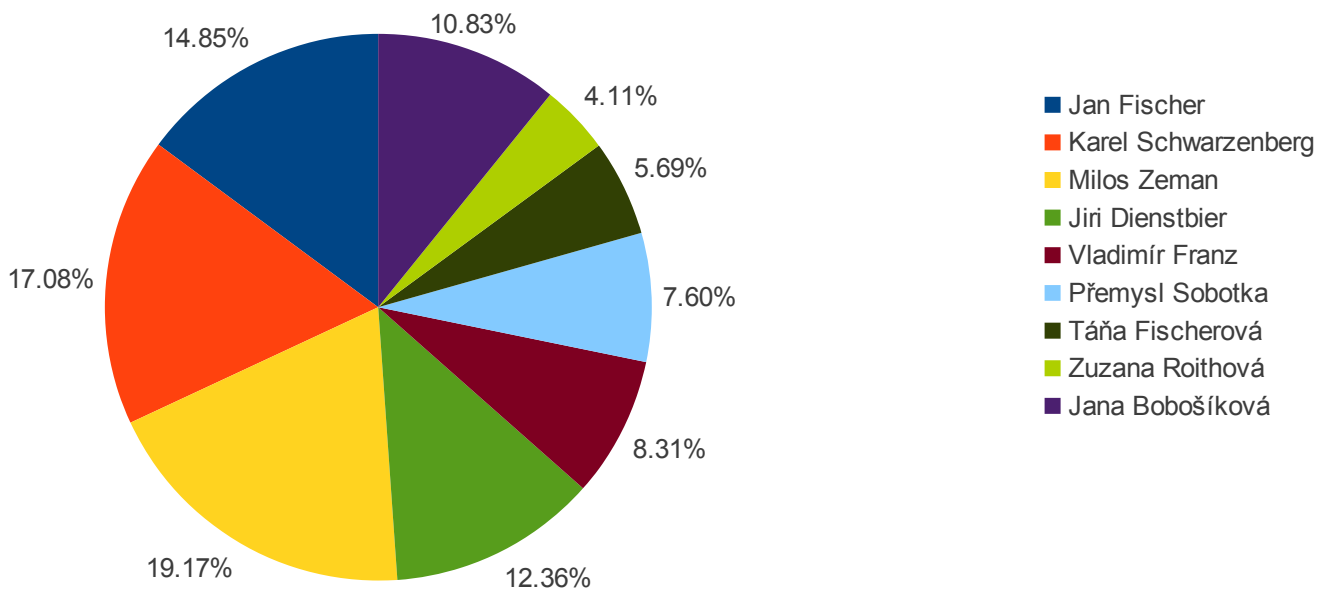
Kontakt

Pavel Dyurych, +420 777 66 44 34
pavel.dyurych@semantic-visions.com

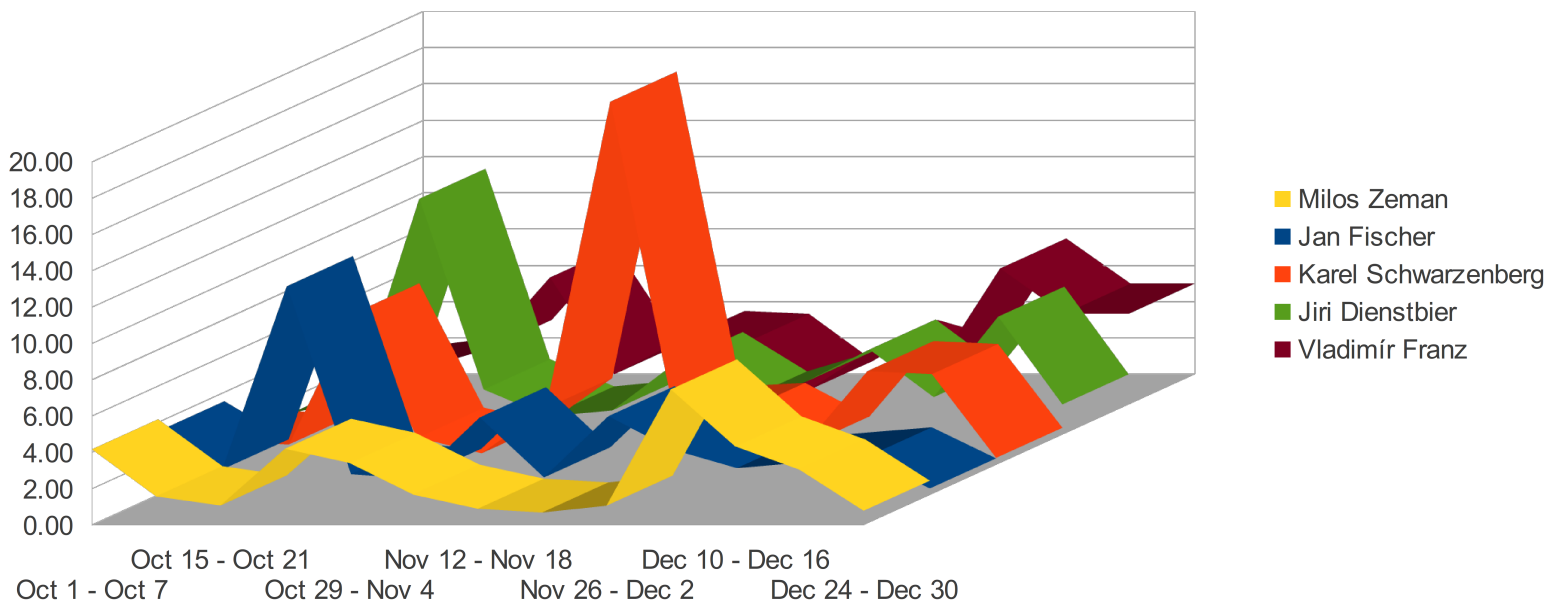
Vývoj poměrného zastoupení kandidátů v online médiích



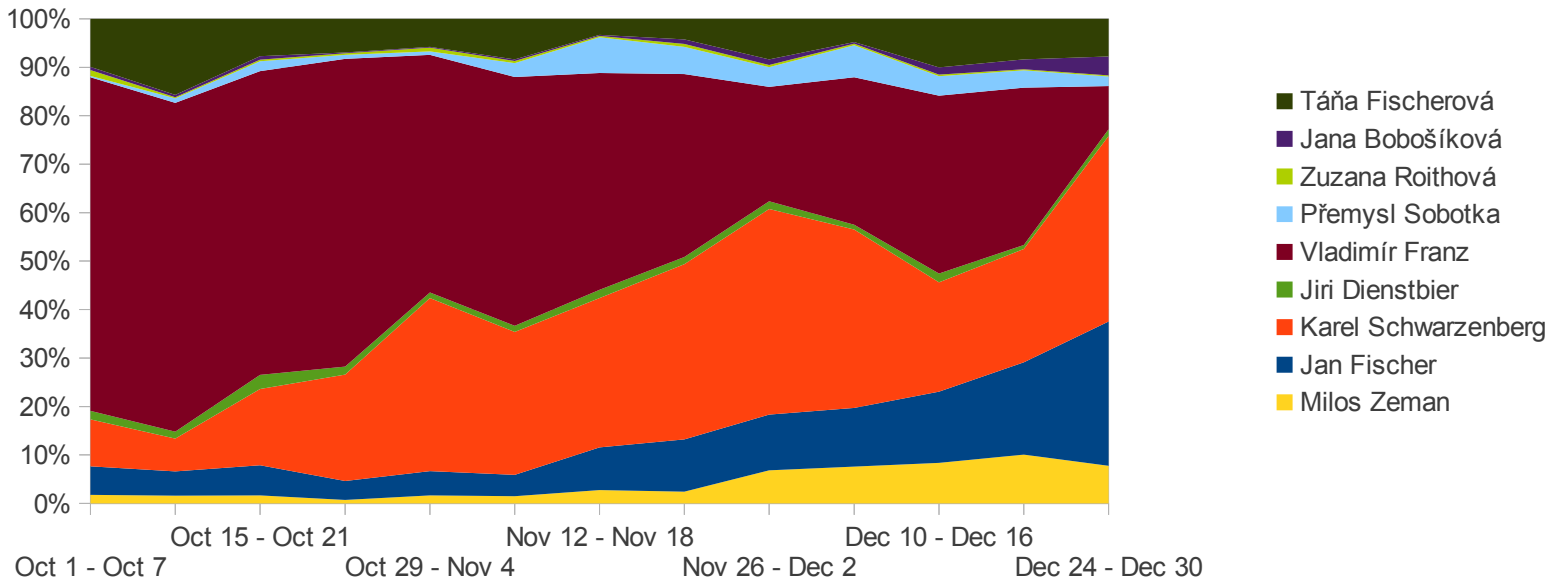
Poměrné zastoupení kandidátů v online médiích - prosinec 2012



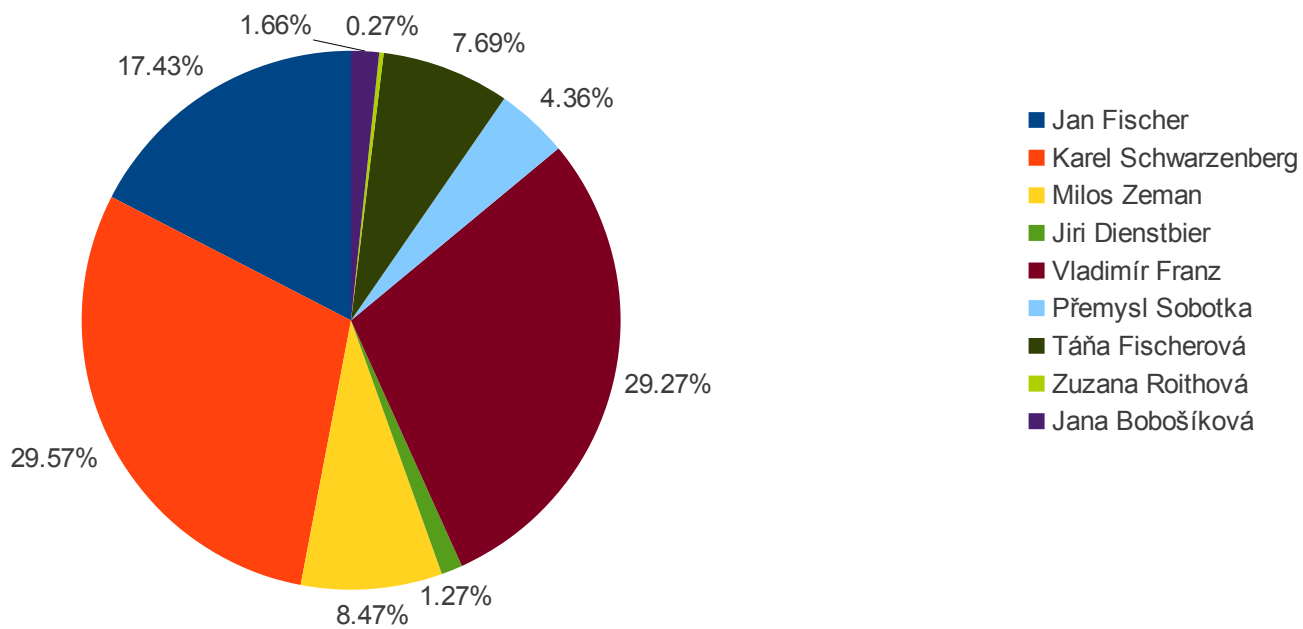
Vývoj pozitivního emočního náboje v online médiích



Vývoj poměrného zastoupení kandidátů na Facebooku

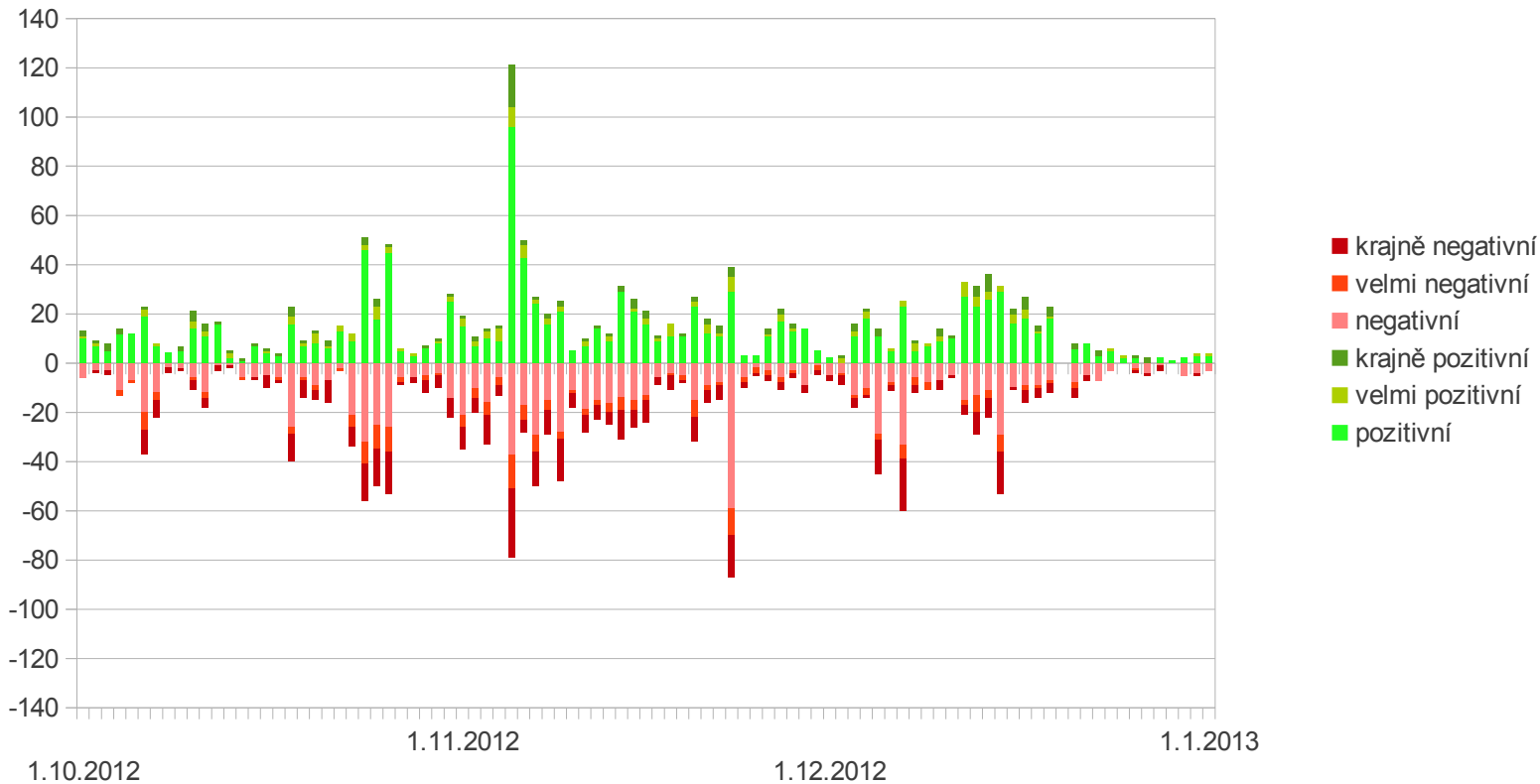


Poměrné zastoupení kandidátů na Facebooku - prosinec 2012



Vladimír Franz

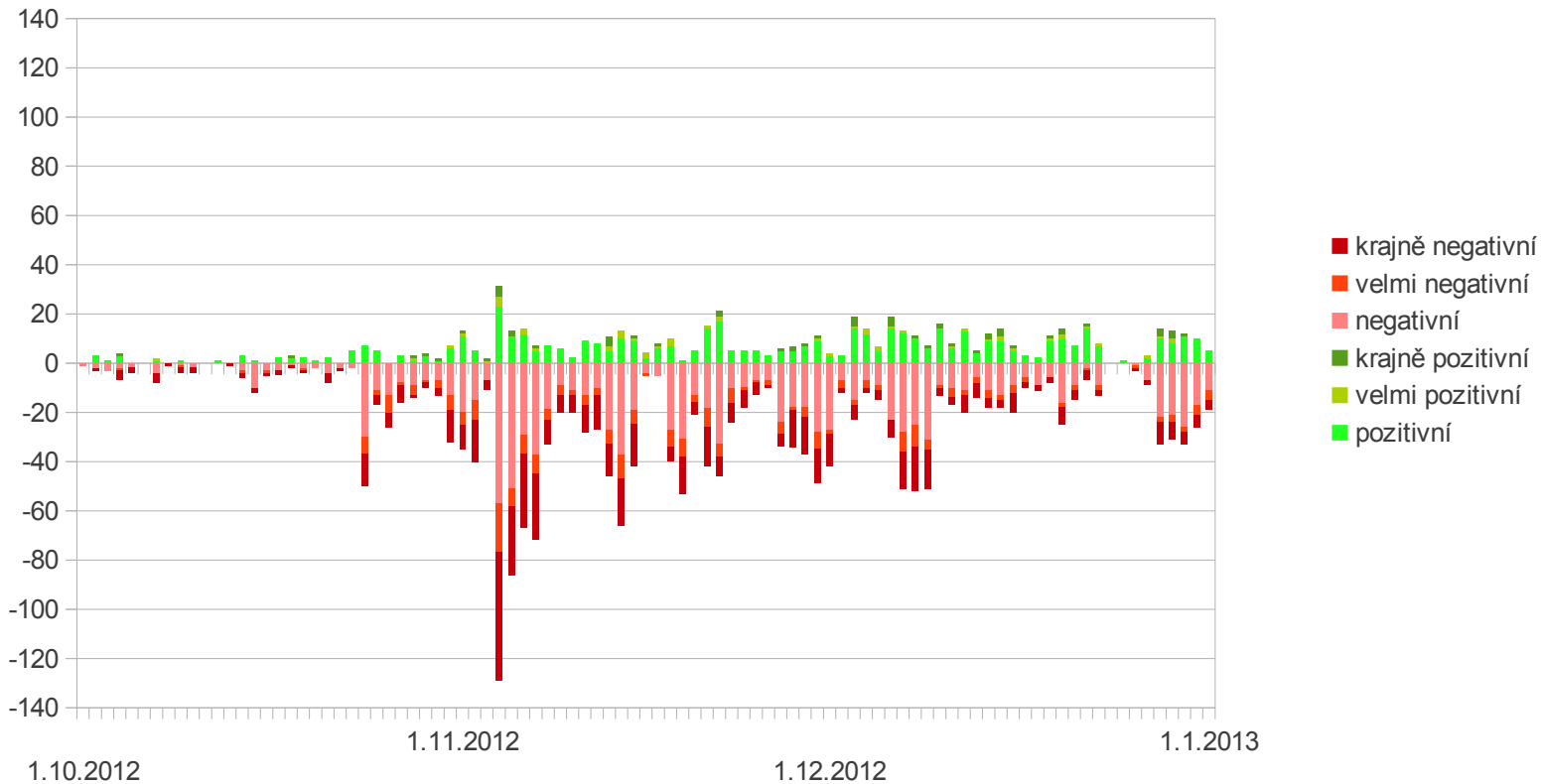
(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Karel Schwarzenberg

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Jan Fischer

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Miloš Zeman

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Jiří Dienstbier

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Přemysl Sobotka

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Táňa Fischerová

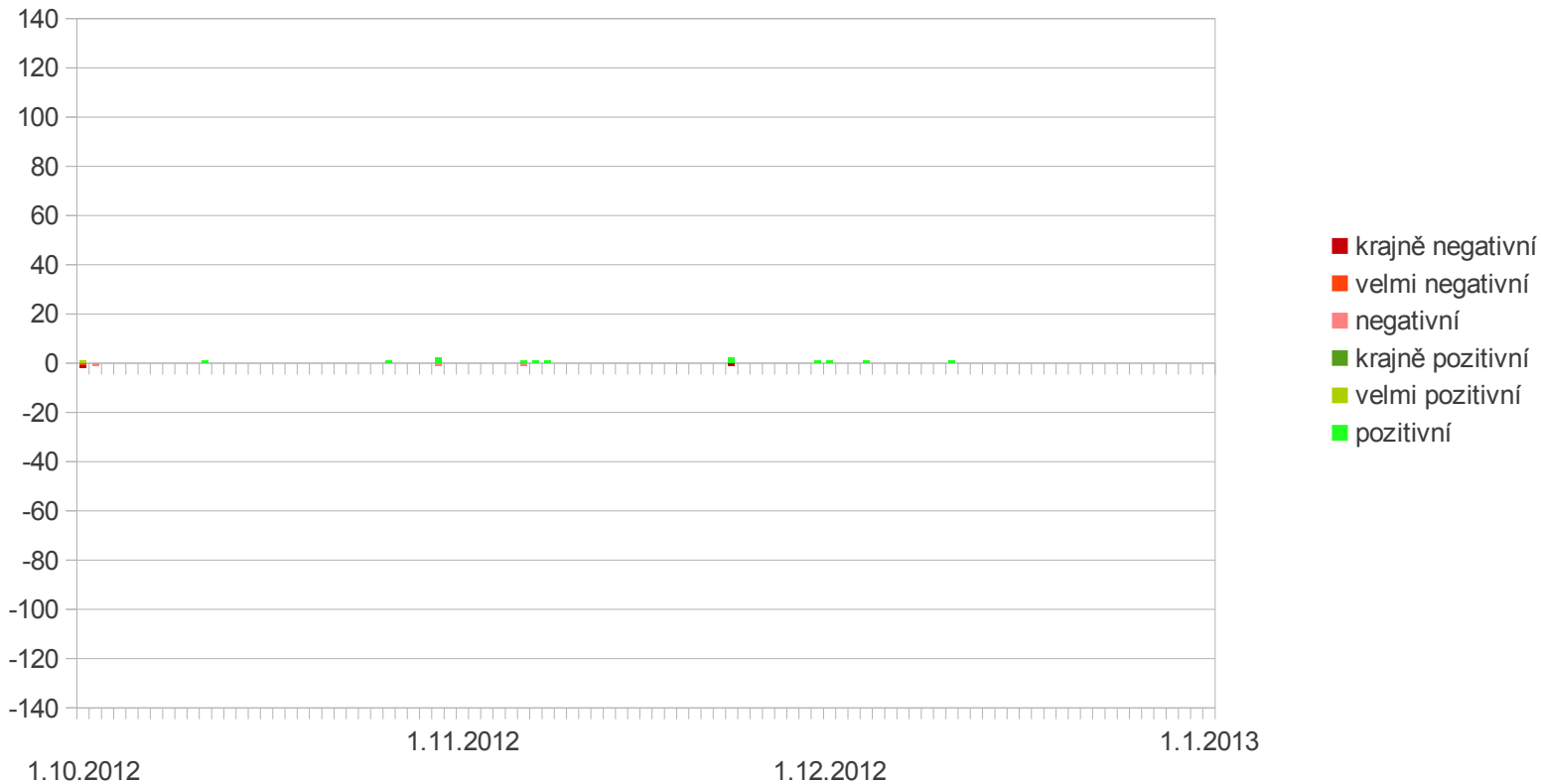
(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Zuzana Roithová

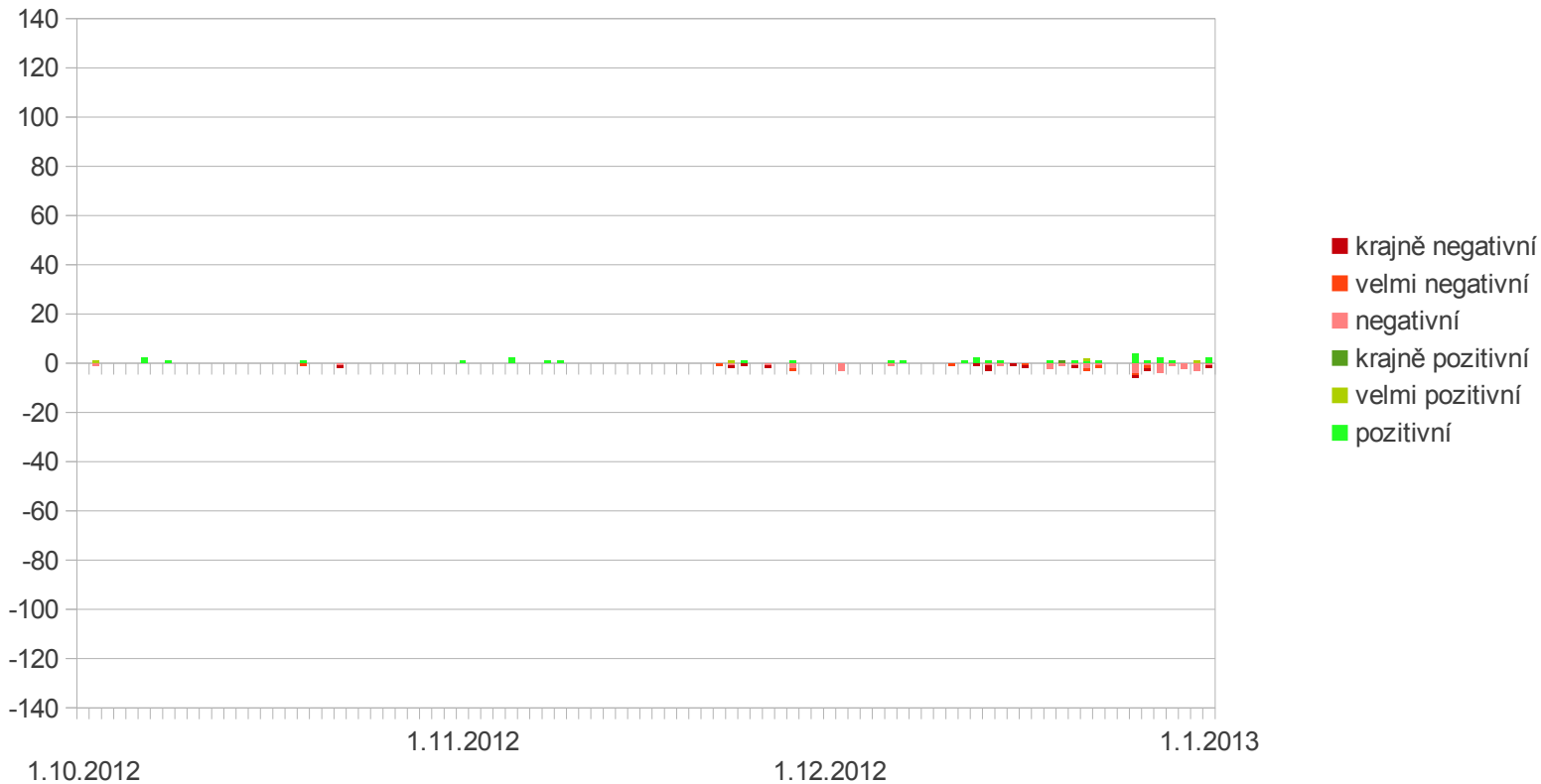
(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.

Jana Bobošíková

(počty pozitivních a negativních postů a komenářů na Facebook profilu, 1.10.2012 - 1.1.2013)



© 2013 Semantic Visions s.r.o. Všechna práva vyhrazena.