

ČEŠI A EVROPA

Analýza komunikace na Twitteru

Zpráva II: vliv voleb a (ne)řešená témata

Červenec 2019

Pro spolek Moje Evropa zpracovali matematici Ondřej Zeman, Michal Nožička, Pavel Charamza a sociolog Daniel Prokop (DataRhymes s.r.o.)

METODIKA:

Zdroj dat: Twitter (strojová analýza otevřených dat)

Termín analýzy:

7. 1. – 21. 4. 2019 – první analýza vydaná v květnu 2019

22. 4. - 16. 6. 2019 – druhá analýza vydaná na začátku července 2019

Metodika výběru mluvčích:

Do analýzy vstoupilo celkem 130 influencerů vybraných následujícím způsobem:

1. První skupina mluvčích dodaná spolkem Moje Evropa (dlouhodobí mluvčí v evropském tématu + negativně naladění aktéři z rubrik alternativních médií apod.).
2. Saturace pomocí výzkumu veřejného mínění MEDIAN pro Moje Evropa – na základě otázky, komu v otázce EU respondent důvěřuje.
3. Doplnění zástupců ČR v Evropském parlamentu a nejvíce retweetovaných autorů dosud sehnányými mluvčími + výběr českých relevantních influencerů z hlediska počtu followerů.
4. Doplnění v druhé povolební analýze o nové europoslance, strany, lídry stran a další aktivní aktéry.

Realizátor a zadavatel: Pro spolek Moje Evropa zpracovala společnost Data Rhymes, s.r.o. (matematici Ondřej Zeman, Michal Nožička, Pavel Charamza a sociolog Daniel Prokop)

JAK JSME DEFINOVALI TWEETY O EU A EVROPSKÉ POLITICE (EU TWEETS)?

Definice tweetů o EU probíhala pomocí pokročilé kombinace klíčových slov. Za tweet o EU byl označen takový, který:

- jakoukoli jazykovou formou zmiňoval hlavní instituce (EU, EP, EK, ECB, atd.) a jejich různé jazykové tvary NEBO
- obsahoval termíny, které se k EU přímo vážou (Brusel, euro, Lisabonská smlouva, atd.) NEBO
- obsahoval obecná slova v kombinaci s adjektivem evrop* (dotace, členství, sedmadvacítka, integrace, migrace, politika, rozpočet, spolupráce, volby, měna, klima, potraviny, atd.) NEBO
- obsahoval jména hlavní lídrů politiky EU a vlivných národních aktérů či klíčová slova k aktuálním událostem NEBO
- obsahoval dílčí témata téma evropských voleb, evropských dotací a dalších dílčích témat.

Po základní definici jsme vybrali 100 náhodných tweetů definovaných jako evropské a bylo ověřeno, zda některá klíčová slova nevedou k tzv. falešně pozitivním výsledkům. Zároveň jsme analyzovali všechny tweety účtů, které nejvíce tweetují o EU, abychom ověřili, zda nedochází k falešně negativním výsledkům (některý tweet není označen jako evropský, ačkoli se EU týká). Na základě těchto analýz byla klíčová slova doplněna, vyřazena a upraveny jejich kombinace.

Analogicky - tedy pomocí kombinace 10 až 40 typů klíčových slov bylo následně v rámci evropských tweetů identifikováno 8 dílčích témat - Brexit, evropské volby, dotace a dotační politika, migrace a uprchlíci, klima a ochrana přírody, dvojí kvalita potravin, euro a jeho přijetí.

SHRNUTÍ 1: KDY ZAČÍNÁ KAMPAŇ A KDO SI VŠIMNE EVROPY JEN V DOBĚ VOLEB.

Analýza twitterové komunikace 130 významných novinářů, politiků, veřejně známých osobností a institucí (politické strany, zájmové skupiny) o tématech spojených s EU a evropskou politikou, ukázala následující zjištění.

Kampaň k evropským volbám je velmi krátká a málo intenzivní. **Ke zvýšení zájmu o téma Evropské unie a politiky došlo na českém Twitteru až na začátku května (v 18. týdnu) a výrazný nárůst tweetů na tato témata až ve volebním týdnu.** I tento omezený zájem politických aktérů může souviset s celkově nižší účastí v Česku. Po volbách následuje propad na tradičních cca 20 až 25 % původního obsahu, který se nějak týká Unie a evropské politiky.

Nejvyšší nárůst aktivity v týdnech před volbami dle očekávání projevují politici a politické strany. U profilů politiků dochází k nárůstu zájmu o téma o 50 až 100 %. Stranické profily se až do poloviny dubna o EU a evropská témata takřka vůbec nezajímaly. V třech týdnech před volbami pak produkují k tématu okolo 50 až 70 tweetů a v posledním týdnu okolo 150. V době voleb navíc posiluje aktivita proevropského segmentu. V celém období aktéři s pozitivním sentimentem vůči Evropské unii zaměřují na evropskou politiku okolo 1/3 svého obsahu (33 %) a více rezervovaní aktéři jen okolo 15 %.

V rámci politických stran začaly být kolem voleb **nejaktivnější ESO Jaromíra Štětiny, ČSSD a Piráti.** KSČM posílila kampaň v několika týdnech před volbami, ale pak s ní přestala. **Nárůst zájmu o Evropu před volbami lze pozorovat i u Svobodných, TOP 09 a Andreje Babiše.** U ostatních stran je minimální nebo se koncentruje do osobních profilů.

Zatímco někteří politici a kandidáti (Petr Ježek, Petr Fischer, Pavel Telička, Pavel Poc) začali být před volbami v tématu velmi aktivní a posílila se i komunikace k EU negativně naladěných či rezervovaných politiků (Tomio Okamura, Andrej Babiš), **někteří aktéři svoji aktivitu naopak utlumili. Týká se to například europoslankyň ANO (Dita Charanzová, Martina Dlabajová) a některých dalších aktérů, jejichž osobní sentiment k EU nemusel plně odpovídat charakteru stranické kampaně.**

SHRNUTÍ 2: O JAKÝCH TÉMATECH SE (NE)BAVÍME.

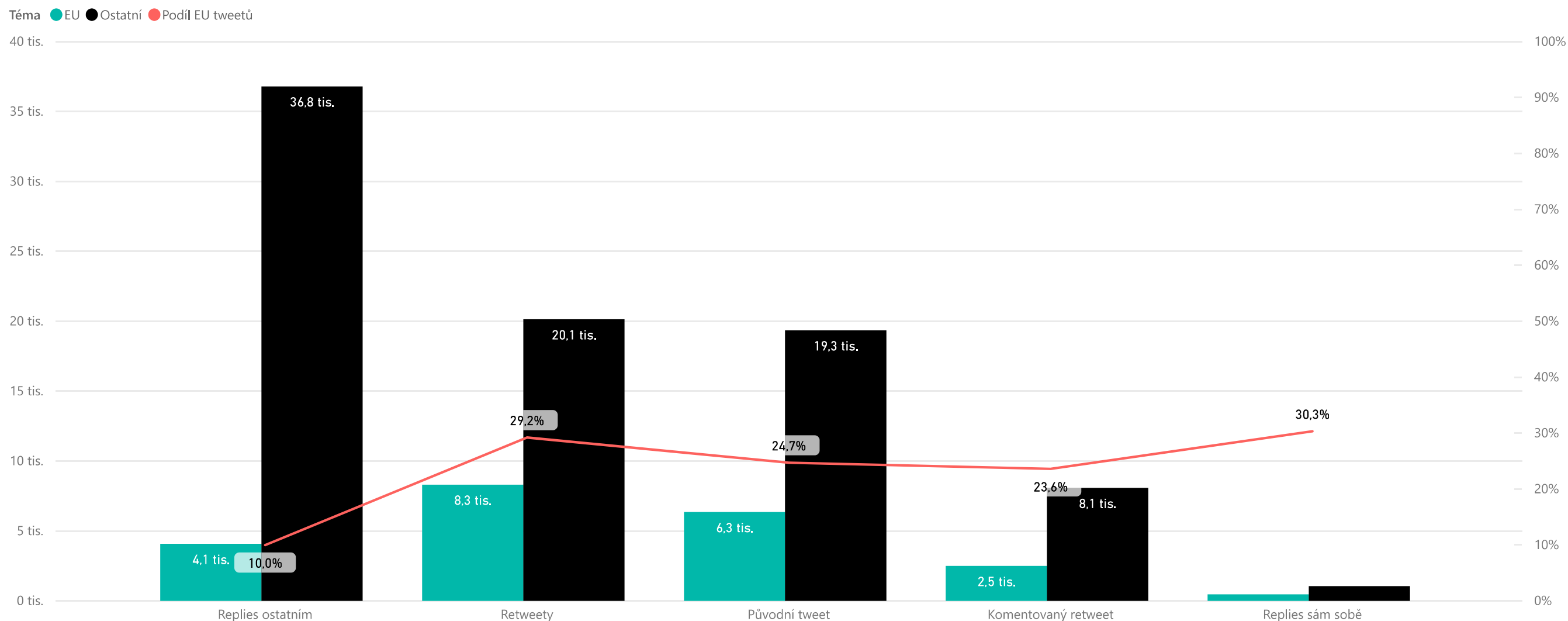
Na českém Twitteru jsou v souvislosti s Evropskou unií a politikou výrazně upozaděna tzv. **policy témata**. Jen menšina tweetů se týká obsahu evropské politiky, ať už jde o **téma klimatických změn a ochranu životního prostředí, migrační politiku, vztah s Ruskem a Čínou a řešení hybridních hrozeb, téma dotací či otázku přijetí eura**. A to přesto, že podle výzkumu MEDIAN pro spolek Moje Evropa jsou právě tato témata pro lidi klíčová. I to může hypoteticky souviset s omezeným zájmem širší veřejnosti o evropské volby.

Policy témat si ve větší míře všímají veřejné osobnosti či zájmové skupiny. Většina z nich ale neproniká silně mezi politiky, kandidáty do EP a politické strany. Existují však výjimky. Například zaměření EU tweetů Pavla Poce na téma ochrany prostředí a Jaromíra Štětiny na téma Ruska a hybridních hrozeb.

Na Twitteru **dominovala v rámci evropské agendy témata týkající se politiky jako takové (politics). Tedy téma Brexitu a evropských voleb.** Český Twitter spíše reaguje na aktuální vývoj (opakované fiasko britského parlamentu a vlády v dojednávání podoby odchodu z EU a blížící se volby), než že by nastoloval obsahovou agendu. I téma evropských dotací se velmi silně v tweetech objevuje až v době auditu Evropské komise o střetu zájmů Andreje Babiše.

Některá **témata se ukazují jako čistě volební. Například téma dvojí kvality potravin se objevuje zhruba až v polovině dubna** se začátkem kampaně stran (ČSSD, někteří politici ANO). **Naopak téma eura a jeho možného přijetí je silné v lednu a únoru, pak se mu zejména kandidáti s pozitivním vztahem k EU přestávají věnovat.** Hypoteticky i díky blížícím se volbám a velmi negativnímu vnímání eura v české veřejnosti.

Počet tweetů dle typu a zastoupení EU tweetů

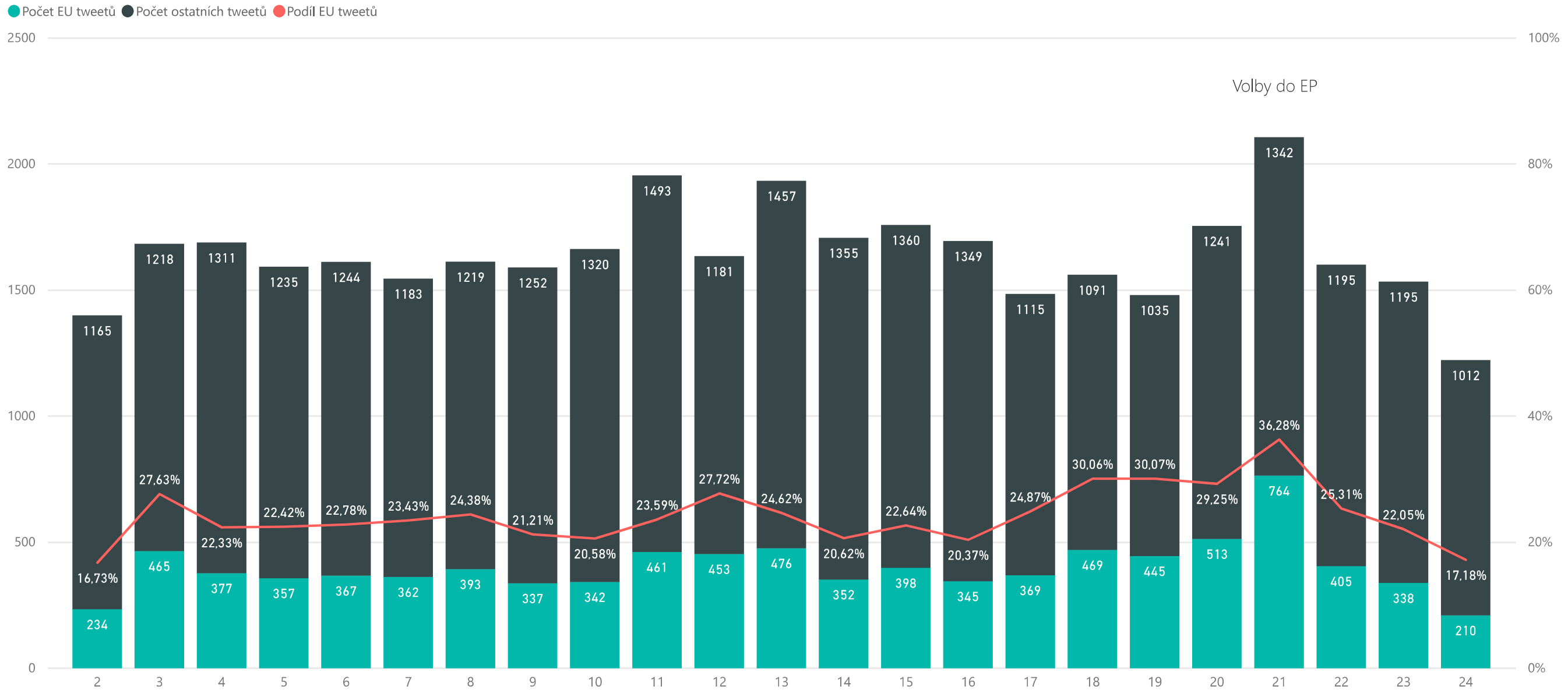


Skupina 130 mluvčích vygenerovala ve zkoumaném období celkem 85 tisíc příspěvků jakéhokoli typu (cca 28 na jednoho mluvčího týdně). Zhruba v 25 % z nich (21 tisíc příspěvků) se objevují témata spojená s EU a evropskou politikou. Zastoupení evropského tématu se liší mezi typy příspěvků. Evropská témata jsou v cca 6,3 tisících z 19,3 tisíců vlastních originálních tweetů. Zajímavé je mírně vyšší zastoupení evropského tématu v retweetech (29 %). To naznačuje, že v komunikaci o EU se mluvčí často omezeně osobně angažuje. Výrazné zastoupení tématu EU je ve speciální kategorii odpovědí na vlastní tweety. Pomocí těchto "replies own" mluvčí (např. Andrej Babiš) často vytvářejí pokračování tweetu při příliš velkém rozsahu. To, že se evropská témata objevují až v druhé či v další části příspěvku, může ukazovat na menší váhu evropského tématu v politické komunikaci.

Za PŮVODNÍ PŘÍSPĚVKY, kterými mluvčí vytváří nový vlastní obsah, lze považovat vlastní tweet, komentované retweety a replies na vlastní tweet. V rámci těchto původních příspěvků se ve sledovaném období cca 9 tisíc týkalo EU, Evropy a evropské politiky – tedy zhruba 25 %. Jde o cca 6 na aktéra týdně. V následujících analýzách budeme vycházet právě z těchto PŮVODNÍCH PŘÍSPĚVKŮ.

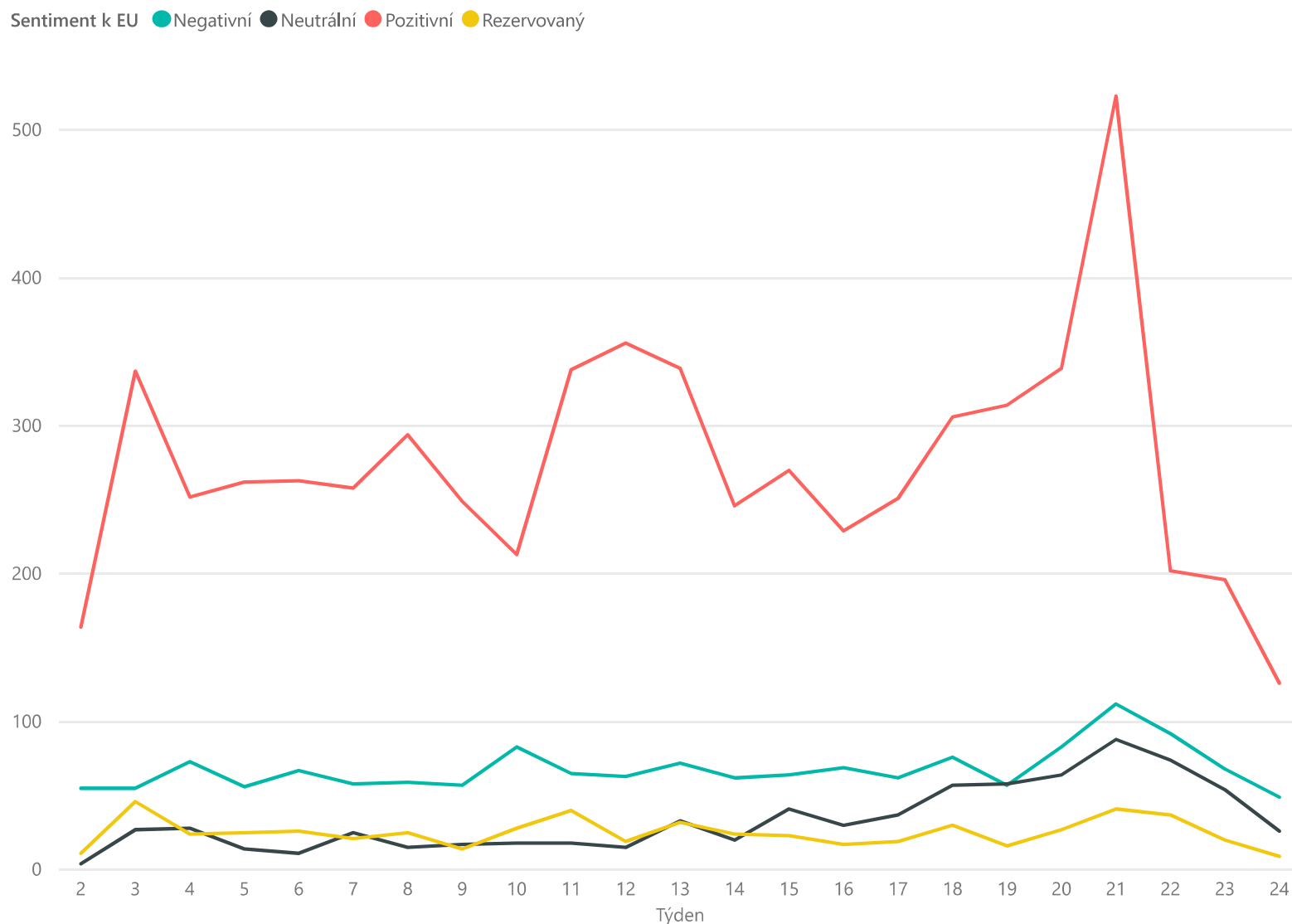
Část 1. Aktivita aktérů. Kdo si "všiml"
tématu až před volbami?

Vývoj původních příspěvků v čase - EU tweety a ostatní tweety

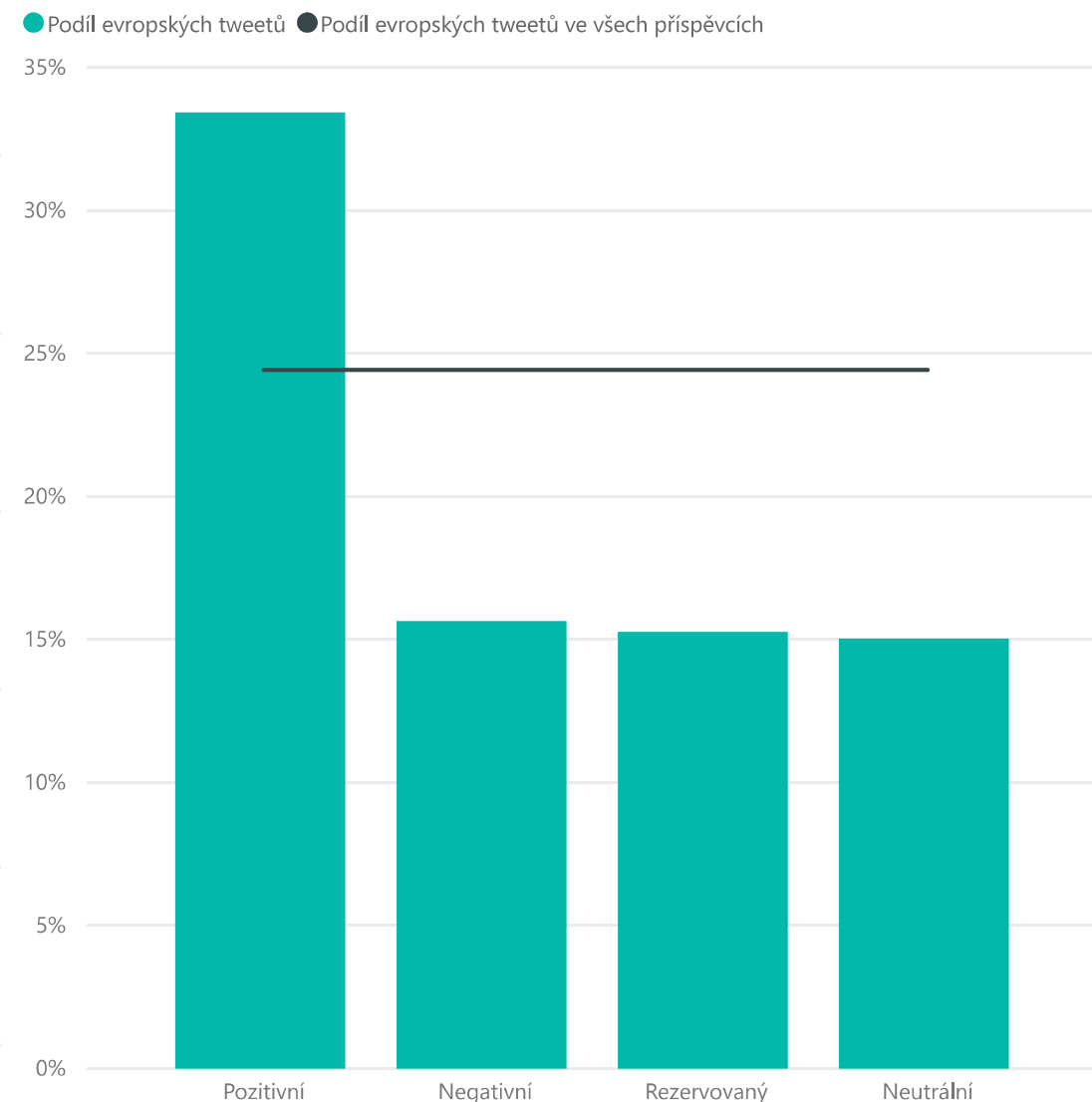


V následujících analýzách již počítáme všechny výsledky z tzv. původních příspěvků (vlastní tweety, komentované retweety a replies na vlastní tweety). Z hlediska vývoje před volbami do Evropského parlamentu je zajímavé, že k nárůstu aktivity týkající se evropské tematiky, dochází mírně již v 17. – 20. týdnu (tedy měsíc před volbami) a pak velmi silně ve volebním týdnu. To souvisí s krátce trvající kampaní v evropských volbách, která není využita k silnému nastolení témat a mobilizaci voličů, což může být jeden z důvodů relativně nízké volební účasti v ČR. Ihned po volbách dochází k poklesu zájmu o téma, které se ve svém zastoupení vrací na hodnoty okolo 22 %, kde je po většinu zkoumaného období. Lokální "peaky" lze kromě voleb spatřovat i ve 2. a 12. týdnu roku 2019. To, jak si později ukážeme, souvisí s událostmi okolo Brexitu.

Počet původních EU příspěvků týdně dle sentimentu



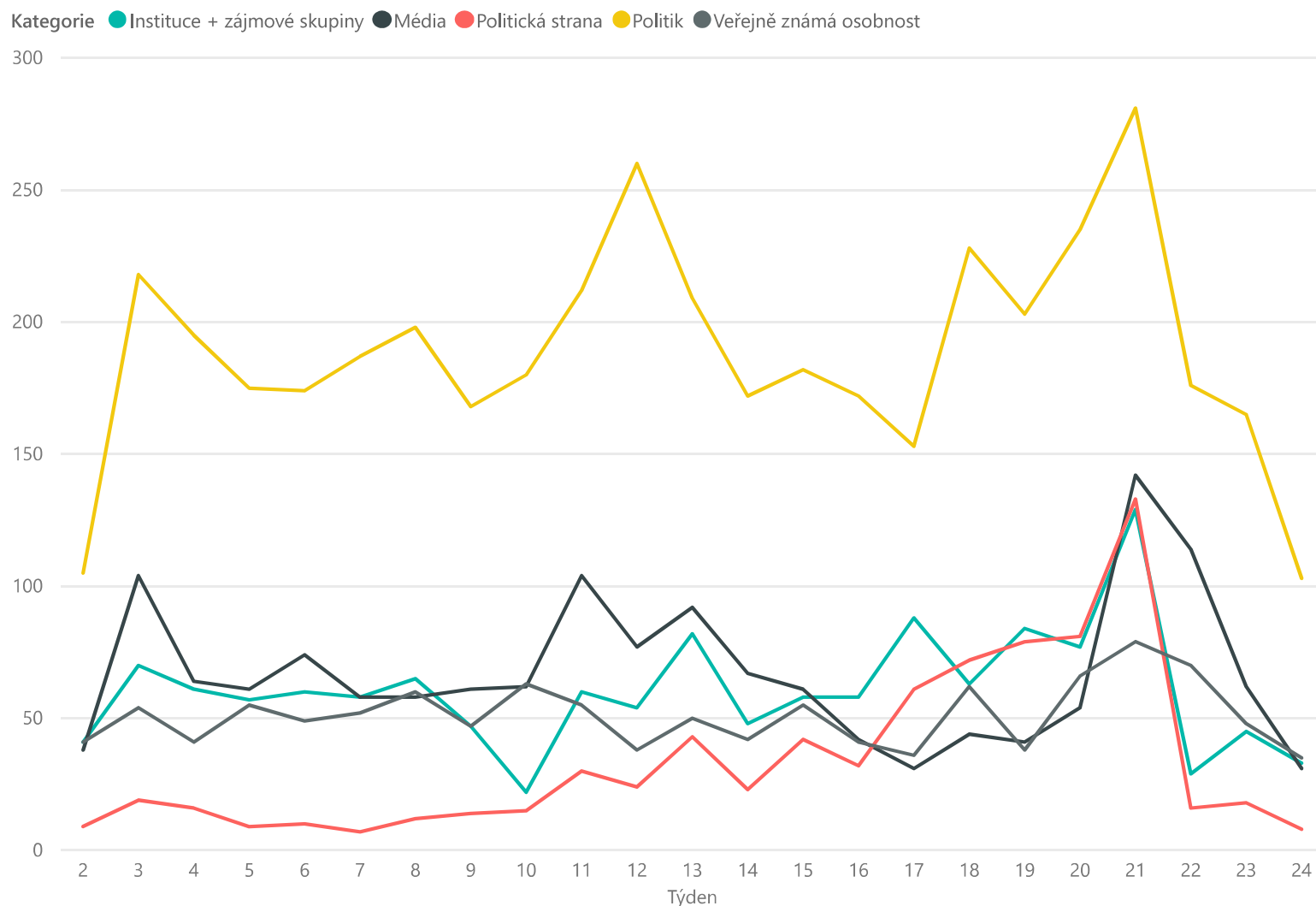
Podíl EU příspěvků dle sentimentu



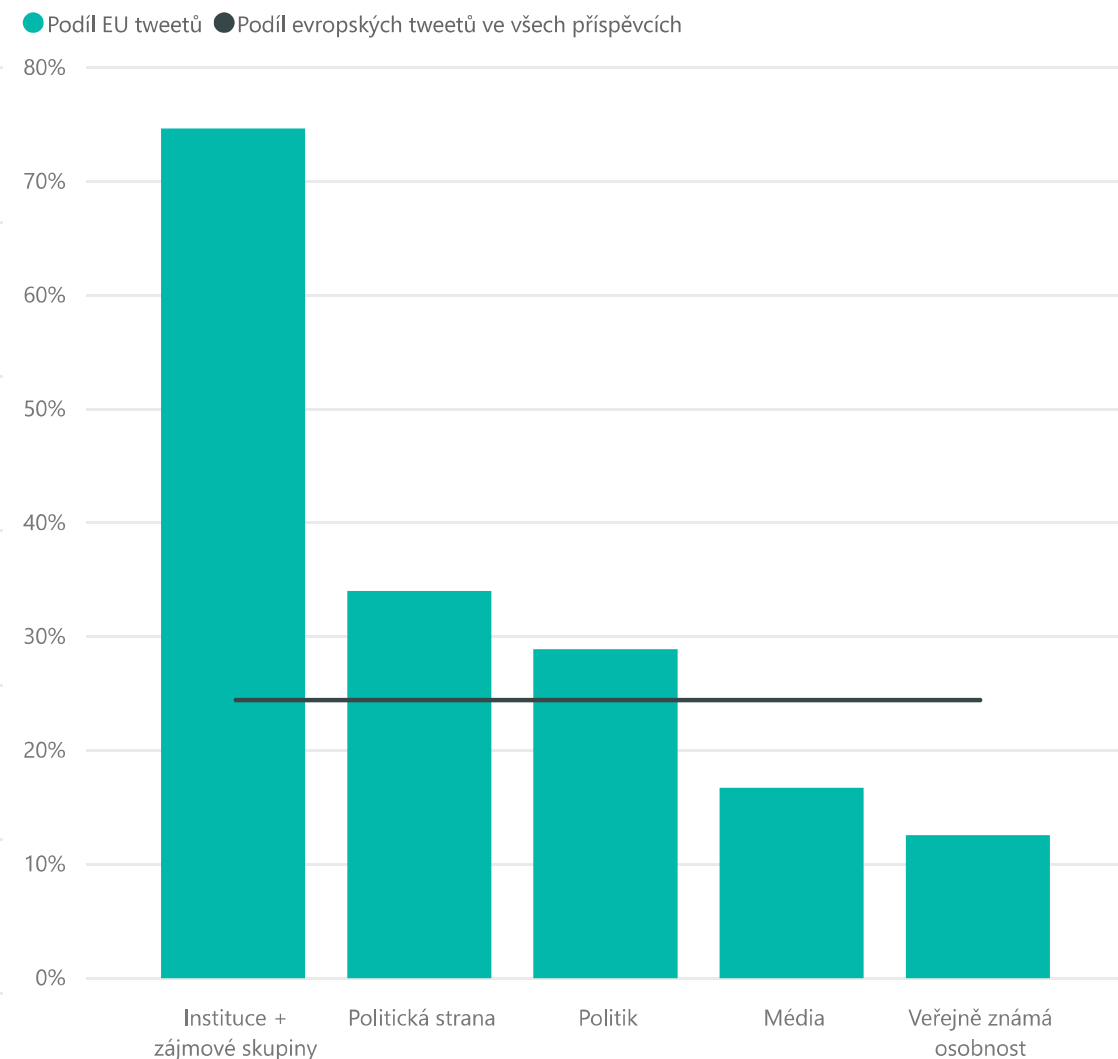
Skupina mluvčích s pozitivním sentimentem k EU se nejvíce zaměřuje na evropská témata (cca 33 % jejich příspěvků se týká EU a evropské politiky). U negativních, rezervovaných a neutrálních mluvčích je zastoupení okolo 15 %. Viz graf vpravo. Tento nepoměr je dán primárně tím, že v rámci institucí a zájmových skupin i médií a novinářů, kteří věnují evropským tématům největší procento svých příspěvků převládají silně proevropsky orientovaní. Mezi politiky a veřejnými osobnostmi je míra orientace na EU témata podobná u pozitivně i negativně naladěných a rezervovaných mluvčích.

Průběhový graf vlevo ukazuje, že aktivita proevropských aktérů se výrazně proměňuje. Extrémně narostla v období evropských voleb – tedy ve 21. týdně. Nárůst aktivity aktérů, kteří celkově EU vnímají negativně či rezervovaně, byl v období voleb výrazně nižší. Aktivita k EU pozitivně naladěných mluvčích narůstala také ve 3. a 11. až 13. týdně. Důvodem se stalo téma Brexitu (viz dále).

Počet původních EU příspěvků týdně dle kategorie mluvčího



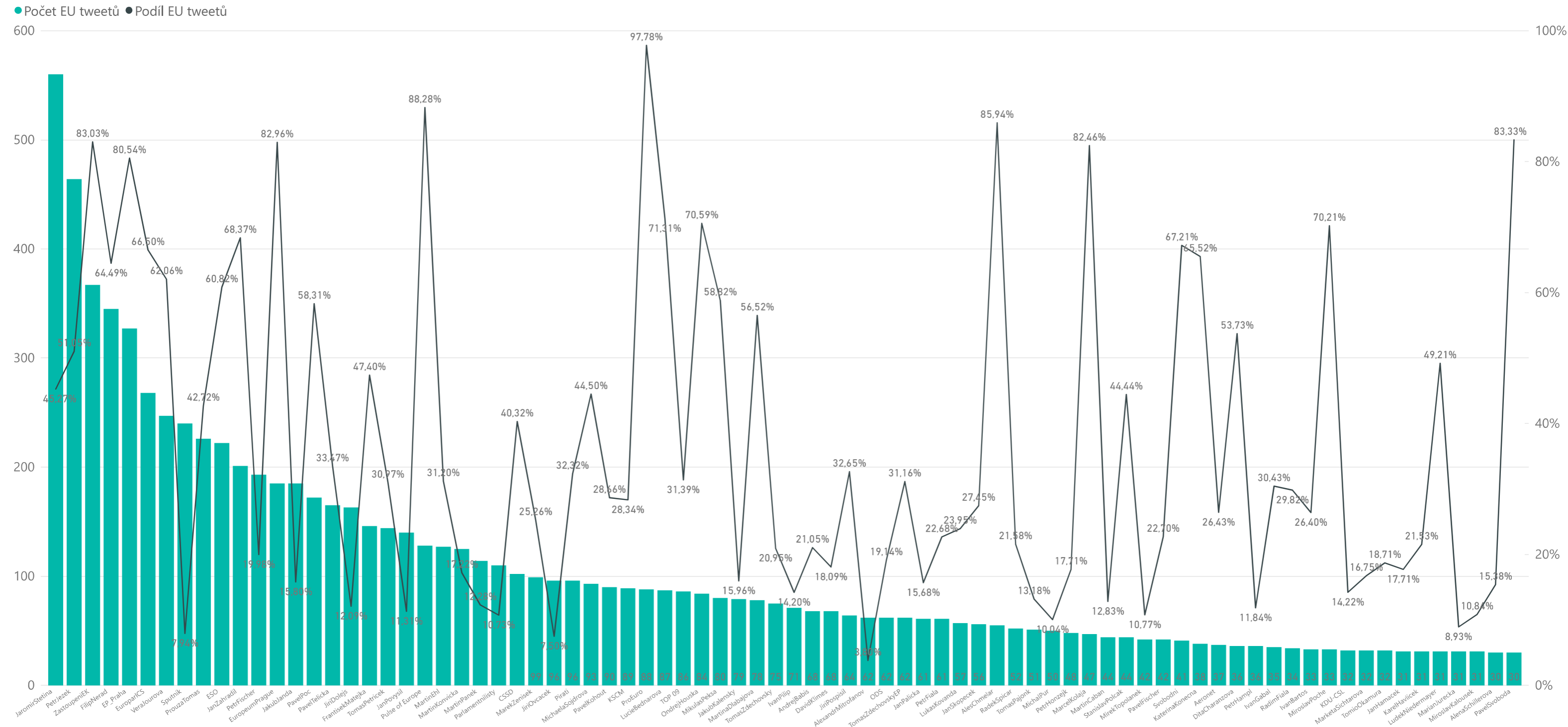
Podíl EU příspěvků dle kategorie mluvčího



Z hlediska institucionální kategorie se na evropská témata nejvíce logicky zaměřují zájmové skupiny (interest groups), které EU věnují okolo 75 % svých tweetů. Jejich aktivita je však proti dalším typům aktérů (politici, média, politické strany, veřejné osobnosti) velmi omezená, takže mají i omezený vliv na celkový objem komunikace o EU. Vyprodukují zhruba stejně EU tweetů jako novináři, politické strany a veřejně známé osobnosti - u těchto typů aktérů však evropská témata představují menšinu agendy. Veřejné osobnosti jsou velmi aktivní, ale jen okolo 13 % jejich tweetů se týká Evropské unie a evropské politiky. Nejvíce tweetů o EU tak pochází z osobních profilů politiků, zhruba 30 % jejich tweetů je zaměřených na EU témata.

Výrazný nárůst zájmu o evropská témata lze v souvislosti s volbami do Evropského parlamentu vidět u všech typů aktérů kromě veřejných osobností. Nejextrémnější je tento jev u politických stran, které se do doby několika týdnů před volbami tématu takřka nevěnují. Aktivita novinářů a politiků je výrazně svázána s vývojem aktuálních "politics" témat – tedy kromě voleb i Brexitu. Naopak veřejné osobnosti a zájmové skupiny se snaží téma evropské politiky nastolovat od začátku roku.

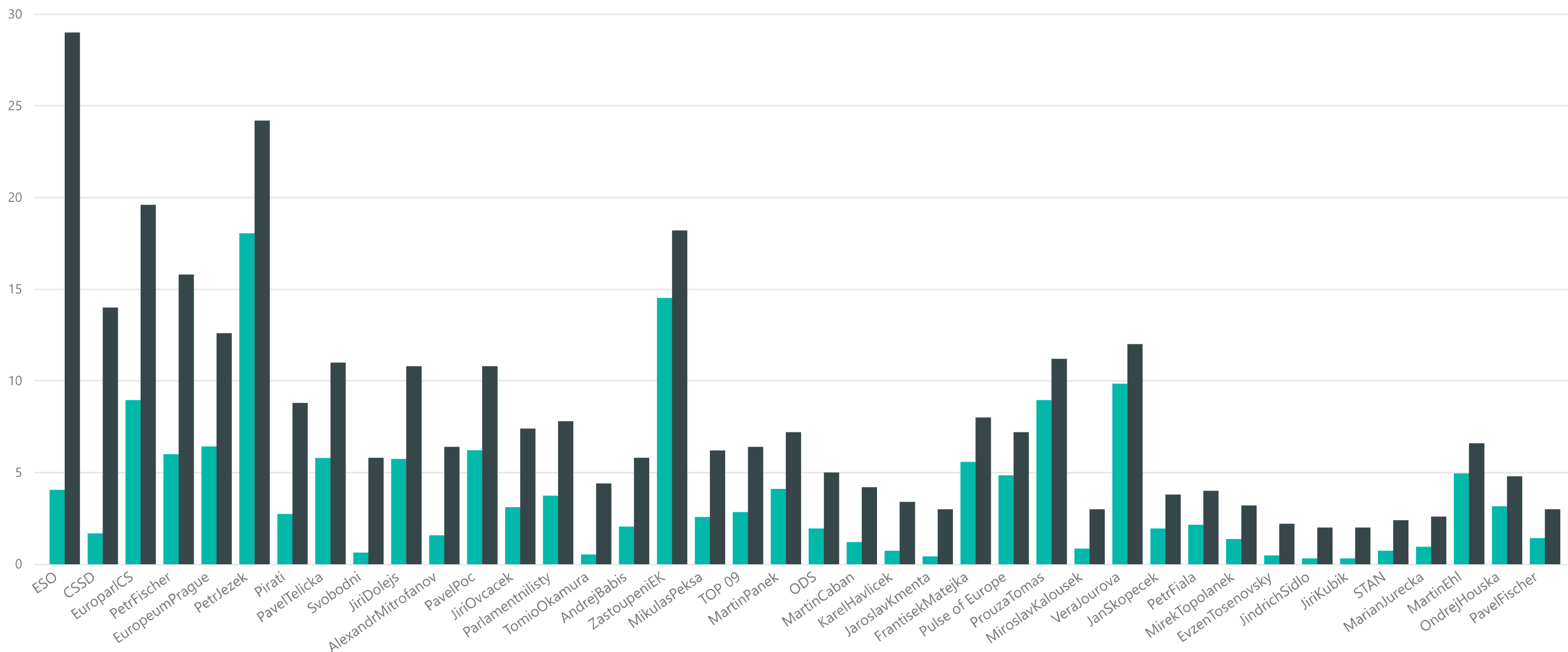
Počet původních EU příspěvků přes mluvčí - EU a evropské tweety



Po zahrnutí delšího období včetně voleb (7. 1.-16. 6.) není v první desítce influencerů, kteří tvořili nejvíce původních evropských obsahů, ani jeden evropský kandidát či vrcholný zástupce hlavních parlamentních stran. Mezi nejaktivnější aktéry patří bývalí europoslanci parlamentních stran J. Štětina a P. Ježek – nyní kandidující za nové subjekty, novináři a veřejně známé osobnosti (F. NERAD, T. Prouza) a zastoupení evropských institucí. U těchto a dalších aktérů z první dvacítky se často zastoupení tweetů s evropským obsahem pohybuje okolo či nad 50 %. Z hlediska rozsahu jim konkurují aktéři, u nichž zaměření na evropské téma často přímo či nepřímo souvisí s geopolitickým sporem s Ruskem – tedy česká stránka proruského webu Sputnik a na druhé straně Jakub Janda, zástupce k současnému Rusku kritického think-tanku Evropské hodnoty. Celkem zhruba 25 influencerů produkuje v průměru alespoň 5 obsahů týdně, které se týkají EU a evropské politiky - většina z nich je k EU orientovaná pozitivně či neutrálně, patří sem ale i několik rezervovaných influencerů (J. Zahradil, J. Dolejš) a negativních aktérů z autoritářského (F. Matějka, M. Konvicka) a libertariánského spektra (M. Pánek).

TOP 40 mluvčích, kteří nejvíc posílili aktivitu okolo voleb

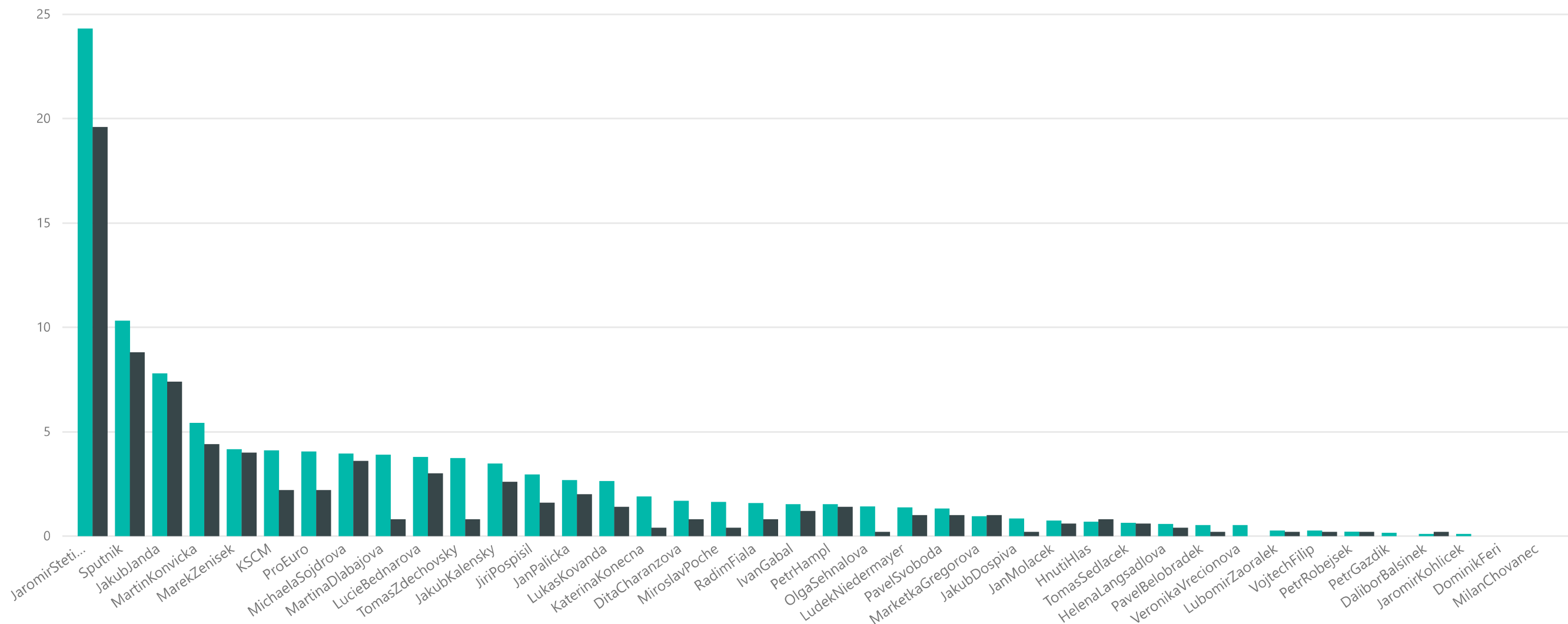
● EU tweety týdně v období 7.1.-28.4.2019 a 3.6.-16.6.2019 ● EU tweety týdně v období 29.4.-2.6.2019



Rozdělení analýzy na období okolo voleb do Evropského parlamentu (29.4. - 2.6. 2019) a zbytku období ukazuje, kteří influenceři se v evropském tématu začínají výrazně více angažovat díky volbám, a to těsně před jejich konáním. Mezi ně patří účty většiny stran – nejen nově vzniklé strany ESO, ale také dlouho existujících ČSSD, Pirátů, Svobodných a do jisté míry i TOP 09 a ODS. U všech těchto stran je mimo volební období téma evropské politiky takřka nepřítomné, ve volebním období roste a dosahuje 5–15 původních příspěvků týdně. V období voleb došlo dle očekávání k nárůstu aktivity některých kandidátů do EP z menších stran, které měly méně mediálního prostoru (P. Fischer, P. Telicka, P. Jezek), ale také k aktivizaci některých k EU negativně naladěných aktérů, kteří dosud na Twitteru byli málo aktivní nebo se nezabývali evropským tématem (T. Okamura, A. Babiš, J. Ovčáček, Parlamentní listy).

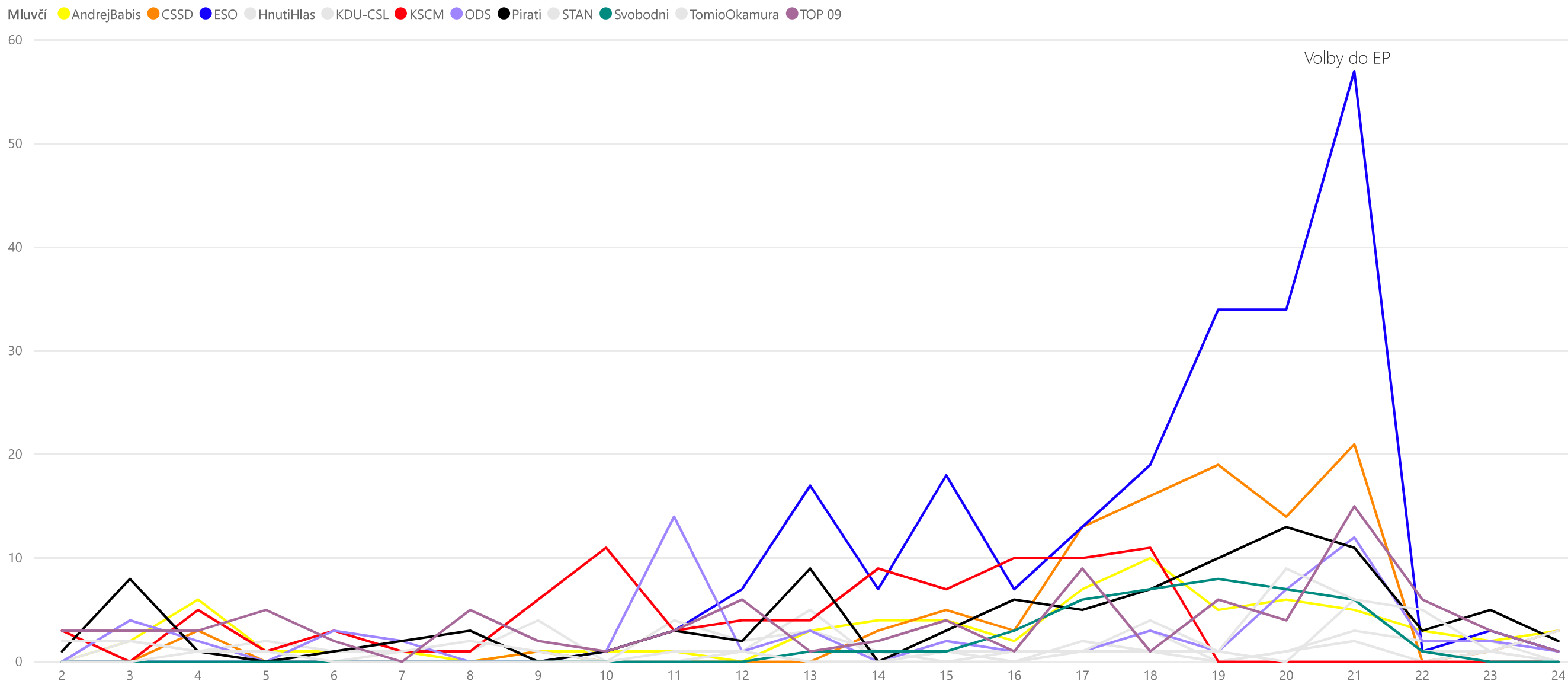
40 TOP mluvčích, kteří přestali být aktivní okolo voleb

● EU tweety týdně v období 7.1.-28.4.2019 a 3.6.-16.6.2019 ● EU tweety týdně v období 29.4.-2.6.2019



Mezi aktéry, kteří v období voleb nejvíce utlumili aktivitu, patří politici, kteří ji převedli pod nový stranický brand – například Jaromír Štětina (ESO). Došlo také k poklesu aktivity některých kandidátů do Evropského parlamentu za ANO, ČSSD, KSCM a KDU-ČSL (Charanzová, Dlabajová, Sehmalová, Šojdrová, Konečná). V případě ČSSD to lze z části vysvětlit také přechodem na stranickou kampaň – došlo totiž k vysokému posílení aktivity účtu ČSSD. U ANO lze hypotetizovat, zda omezení aktivity nebylo důsledkem sázky na spíše národnostně obranářské ladění kampaně, které ve skutečnosti jejím kandidátkám nevyhovuje. Zajímavá je také velmi malá aktivita lídra kandidátky koalice TOP 09 a STAN Jiřího Pospíšila. Zatímco u stran se starším elektorátem mohlo jít o záměrné vynechání komunikační platformy, u Spojenců je otázka, zda neaktivita vedení kandidátky na klíčové platformě není jedním z důvodů omezeného úspěchu Koalice (zopakování procentuálního zisku z PSP 2017, zatímco ostatní středopravé strany jej výrazně navýšily). U nových stran je zajímavá velmi malá aktivita Hnutí Hlas, které asi v poslední chvíli, na rozdíl od ESO, vsadilo na budování podpory přes P. Teličku, nikoliv stranický brand.

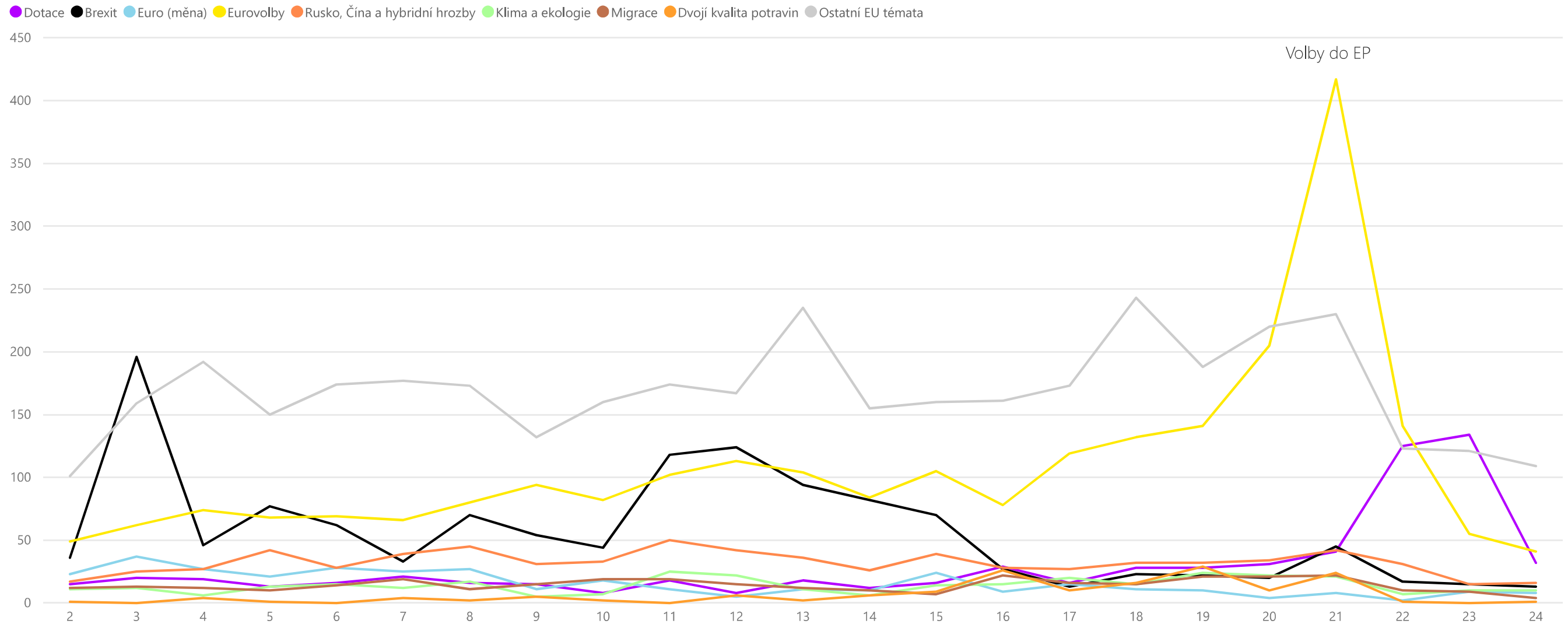
Vývoj aktivity (počet EU tweetů) politických stran



Graf ukazuje, jak se vyvíjel počet původních příspěvků k EU a evropské politice z hlediska stranických účtů. Stranické účty byly první dva měsíce z hlediska evropských témat zcela neaktivní. První náznaky aktivity přicházejí od 10. týdne, tedy zhruba od poloviny března, ale to jen v podání nově vzniklé strany ESO a některých dalších stran – překvapivě brzkou aktivitu vyvíjel také účet KSCM. Celkově se strany málo věnují evropským tématům až do 17. týdne – tedy do konce dubna. Od začátku května začíná velká aktivita účtů ESO, ČSSD a částečně Pirátů. Ostatní strany byly aktivní v podstatě jen ve 21. týdnu – tedy v týdnu konání evropských voleb. Velmi malá a pozdní aktivita stran v evropských tématech může souviset s omezenou účastí v evropských volbách. Strany se nedokáží včas profilovat v evropských tématech, zapojit se do agendy nastolené osobními účty a převést ji do stranické podpory.

Část 2. Témata Twitterové komunikace týkající se EU.

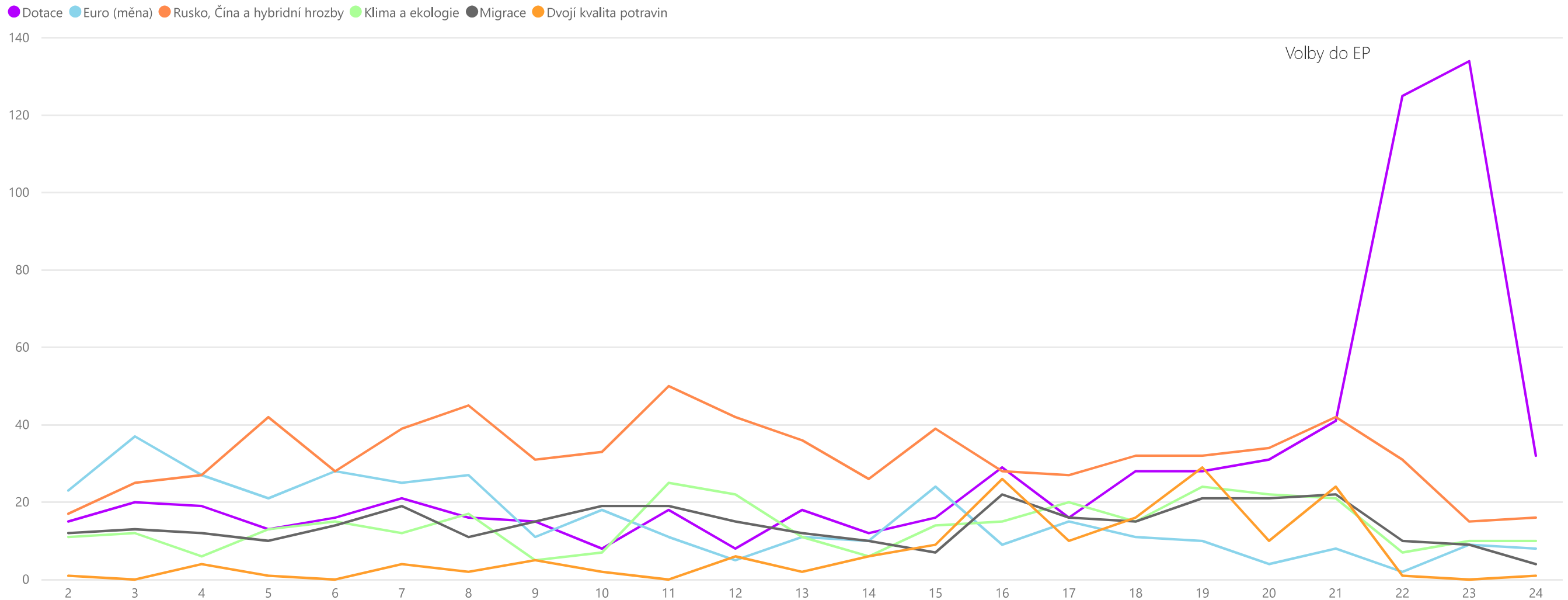
Počty EU tweetů dle témat - vývoj v čase



Volby do EP

V rámci evropských tweetů jsme identifikovali pomocí kombinací klíčových slov 8 dílčích témat. Typickým znakem českého Twitteru je absolutní dominance tzv. "politics" témat – tedy témat týkajících se politického fungování EU jako je Brexit a volby do Evropského parlamentu. Policy témata, týkající se obsahu politiky, jsou v tweetování o EU a evropské politice upozaděny. Téma Brexitu je silně svázáno s hlasováním britského parlamentu o podobách dohod o odchodu z EU. Čeští influenceři jej silně přebírali ve 3. týdnu, kdy Theresa Mayová 21. ledna prohrála první hlasování o dohodě, a posléze na konci března a v dubnu (11.-15. týden) během další série neúspěšných hlasování britského parlamentu o různých podobách Brexitu. V klíčových týdnech se k tématu vyjadřovalo 100-200 původních příspěvků týdně, tedy v průměru 1-2 na jednoho mluvčího. Téma evropských voleb posilovalo mírně v celém období. Vrcholilo poté 14 dní před volbami. Ve volebním týdnu se ho týkalo přes 400 příspěvků. Nástup tohoto tématu ale ukazuje, že i kampaň k evropským volbám v Česku začíná 2-3 týdny před volbami a navíc není spojena se silným nastolováním souvisejících témat. To také dokládá relativně omezená pozornost věnovaná "policy" tématům – vztahu s Ruskem a Čínou, problémy klimatu a ekologie, migraci i dvojitě kvalitě potravin. Řadu z nich přitom česká veřejnost považuje v rámci evropské politiky za klíčové. I jejich absence v kampani může být důvodem omezeného zájmu o evropské volby a pocitu, že jsou bezobsažné.

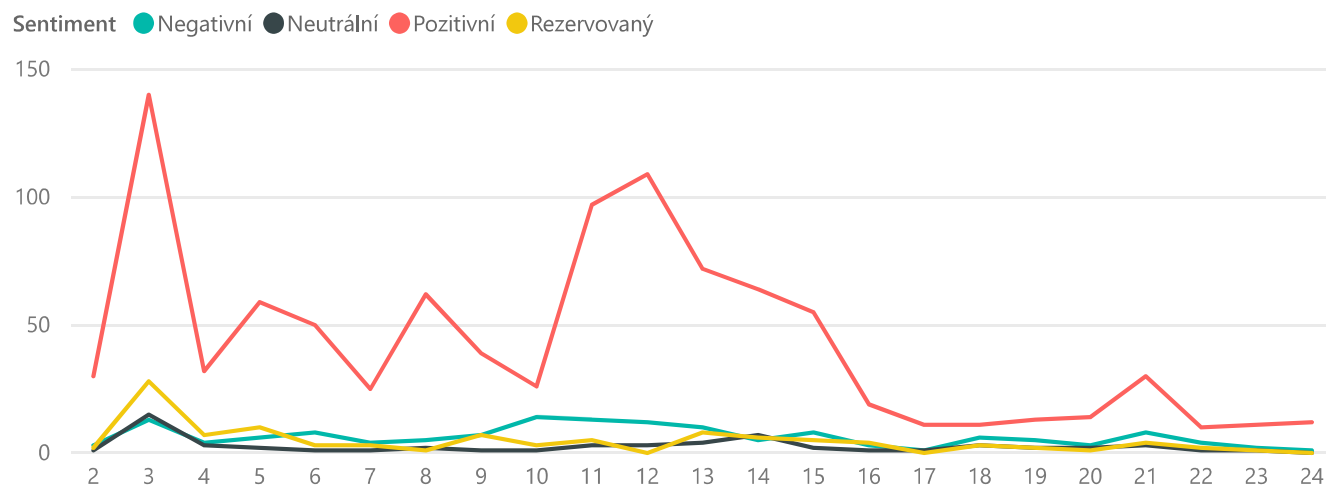
Počty EU tweetů dle témat - přiblížení méně medializovaných témat



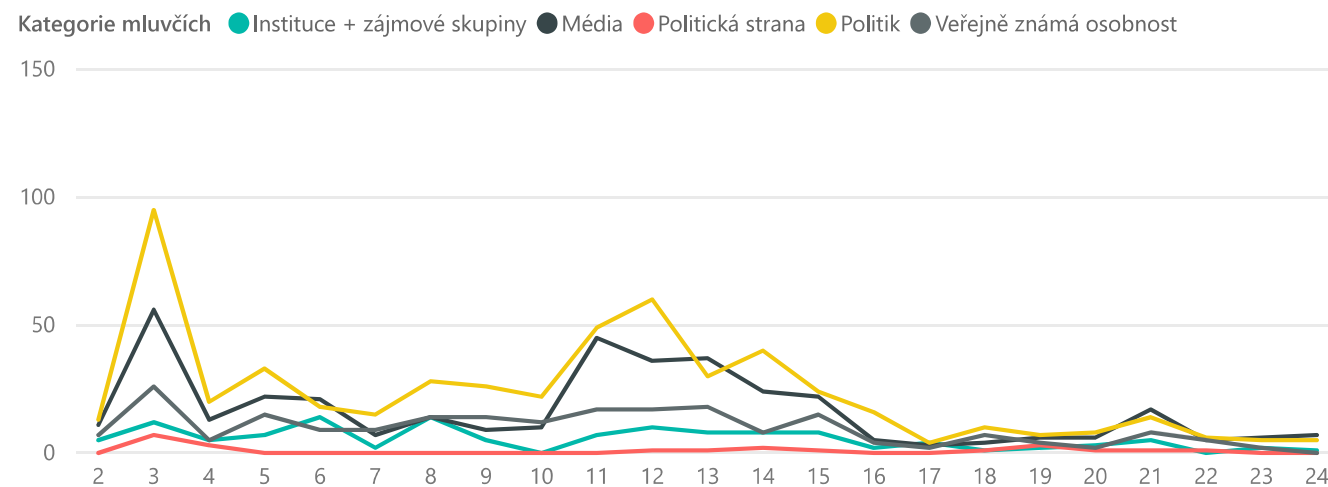
Přiblížení na spodní část grafu ukazuje vývoj váhy "policy" témat. Zatímco peripetie Brexitu ve vrcholných okamžicích generovaly 100-200 tweetů týdně, nejsilněji tweetovaným policy tématem spojeným s evropskou politikou, tedy vztahem k Rusku, k Číně a hybridními hrozbami, se zabývalo maximálně 40 až 50 tweetů týdně. Toto téma je přítomné od ledna až do června. Na rozdíl od dalších témat zastoupení před volbami významněji neroste. Podobně lze říci o tématu klimatické změny, ochrany přírody a narůstajících problémů se suchem. V souvislosti s evropskou politikou a EU se tato témata vyskytují rovnoměrně v celém období a týká se jich spíše omezený počet 10-20 tweetů týdně. Před volbami (v 17.-20. týdnu) lze sledovat jen mírný nárůst. Čistě "volebním tématem" je naopak dvojitá kvalita potravin (a dalších produktů). Toto téma se na českém Twitteru až do konce poloviny dubna takřka nevyskytovalo, nicméně s blížícími se volbami jeho medializace výrazně zesílila. Téma přijetí eura a vstupu do měnové unie se naopak dá nazvat jako "nevolební". Relativně silné bylo toto téma v lednu a únoru, ale s příchodem voleb se o euru takřka přestává mluvit. Může to být i tím, že politici a politické strany mají před volbami strach se zabývat eurem, které je v Česku nepopulární. Euroskeptické téma migrace, přijímání uprchlíků a soužití s Islámem je na českém Twitteru upozaděno, možná i kvůli převaze aktérů s pozitivním sentimentem k EU či kvůli klesající relevanci pro Českou republiku. Téma dotací, jejich efektivita a zneužívání se do diskursu prosazuje už před volbami, ale velkou pozornost získává až s auditem, který se týkal Agrofertu a střetu zájmů Andreje Babiše. Téma dotací tedy nabývá na síle zejména ve chvíli, kdy je spojeno s konkrétní, specifickou politickou kauzou.

Počet EU tweetů k tématům Brexit a eurovolby – podle sentimentu a typu mluvčích

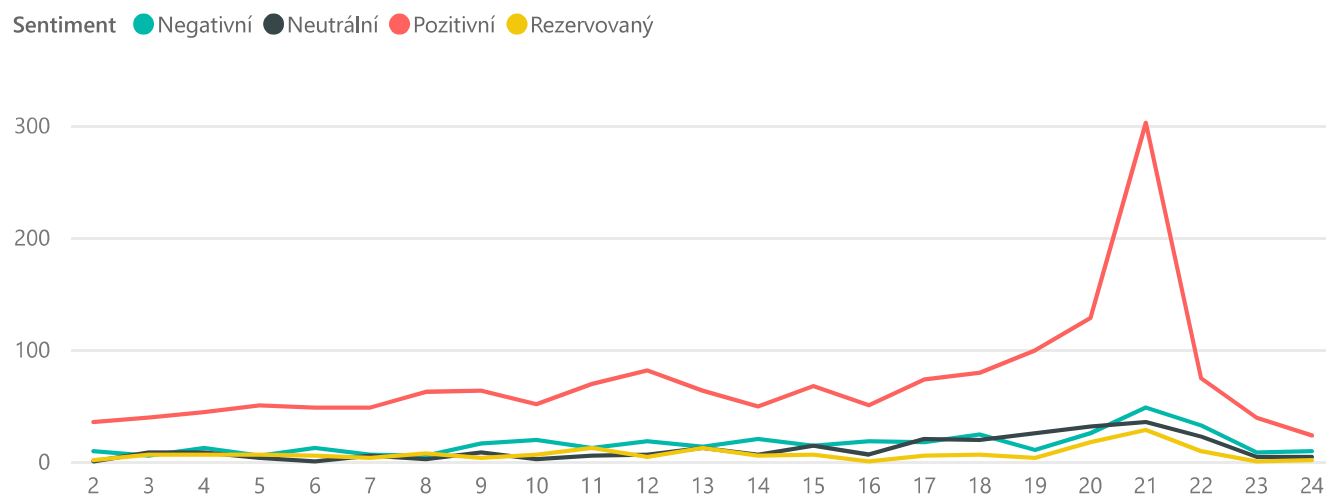
EU tweety k tématu Brexit - dle sentimentu mluvčího



EU tweety k tématu Brexit - dle kategorie mluvčího



EU tweety k tématu Eurovolby - dle sentimentu mluvčího



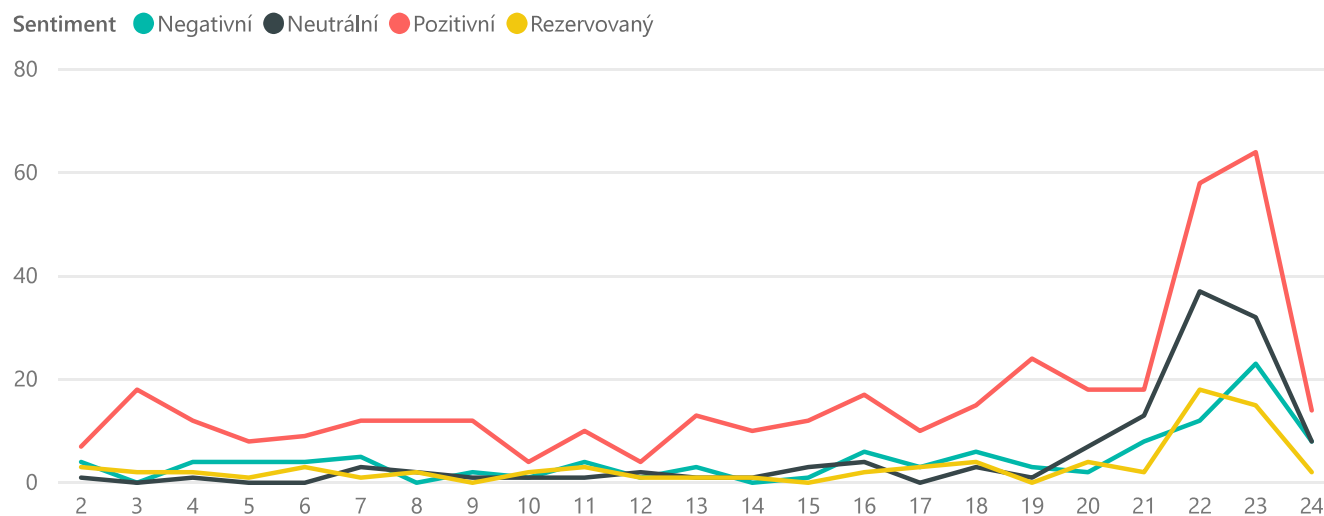
EU tweety k tématu Eurovolby - dle kategorie mluvčího



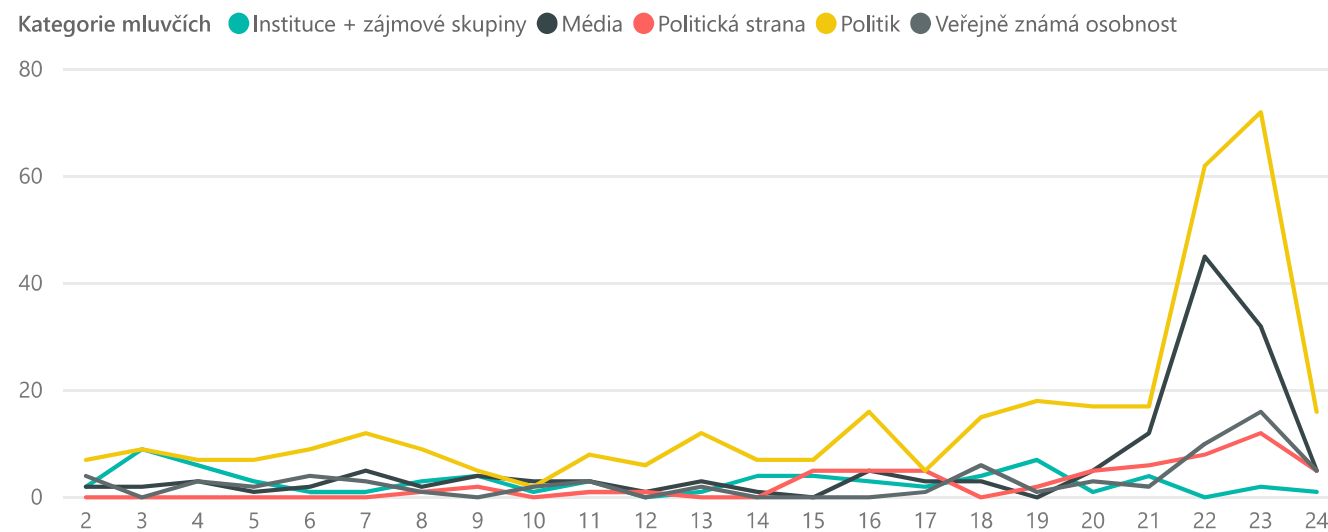
Tématu Brexitu se nejvíce věnují politici, novináři a veřejné osobnosti (Filip Nerad, Ondřej Houska, Tomáš Prouza). Takřka výhradně se k němu vyjadřují aktéři s pozitivním sentimentem k EU, kteří reagují na opakované selhání britské politiky ve vyjednávání o odchodu a jeho konkrétní podobě. Politické strany toto téma, možná i jakožto symbol selhání národní politiky, ignorují. Tématu eurovoleb se věnují všechny typy aktérů. Nejméně však veřejné osobnosti, které se jako jediné více zaměřují na "policy" témata. Zhruba od prvního týdne v květnu (17. týden) lze sledovat nárůst aktivity politických stran a politiků. Došlo tedy k velmi pozdnímu začátku kampaně. Zájmové skupiny a média se pak volbám začínají věnovat v podstatě až v předvolebním týdnu. Díky tomu, že většina politiků a novinářů na českém Twitteru má proevropský sentiment, dominují v tématu proevropské aktéři.

Počet EU tweetů k tématům Dotace a Rusko, Čína a hybridní hrozby - podle sentimentu a typu mluvčích

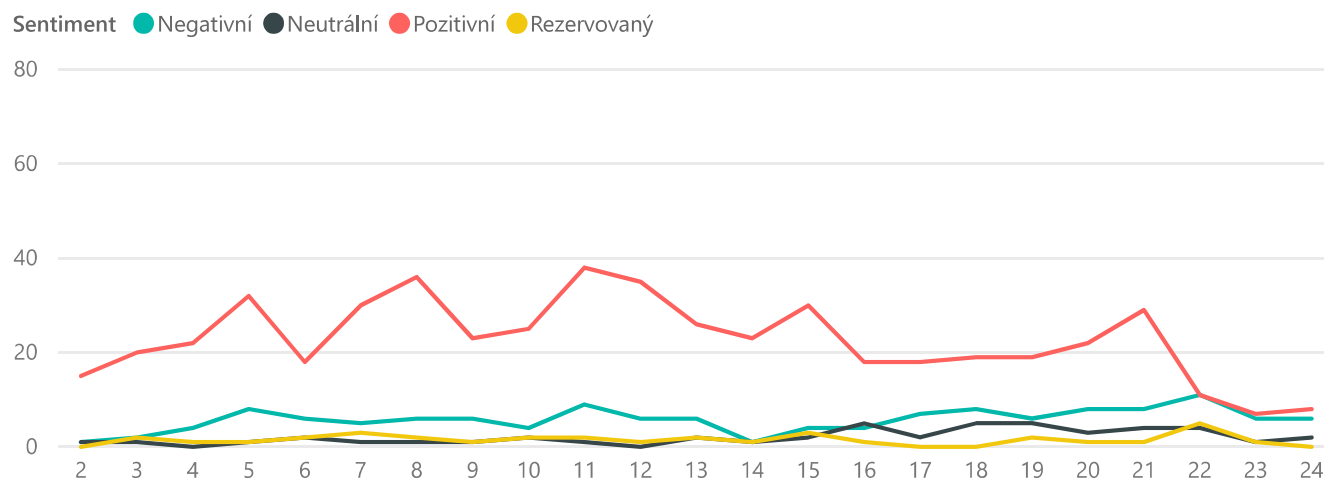
EU tweety k tématu Dotace - dle sentimentu mluvčího



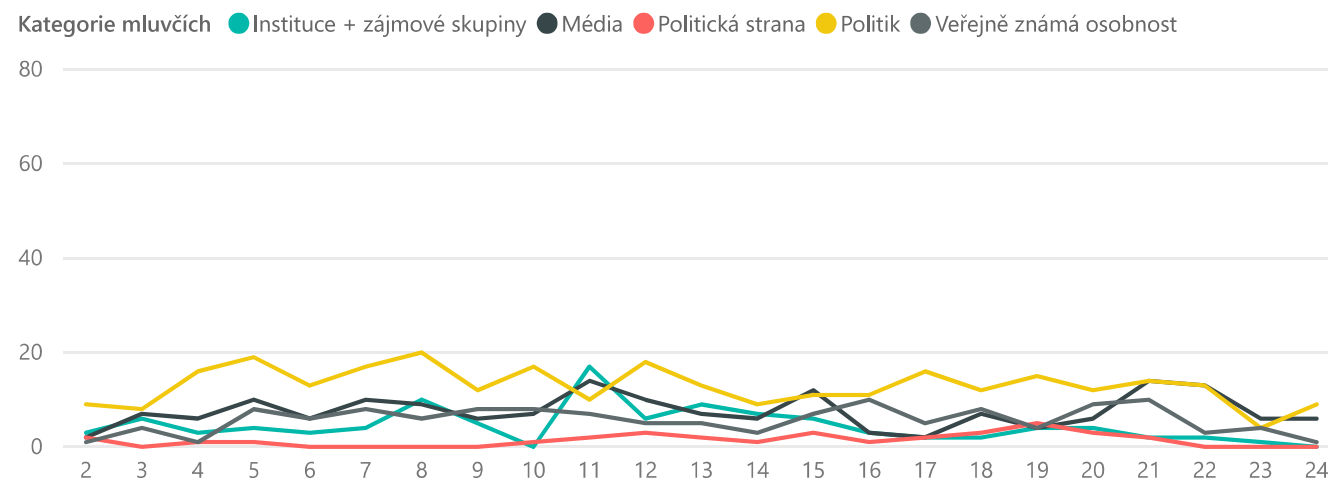
EU tweety k tématu Dotace - dle kategorie mluvčího



EU tweety k tématu Rusko, Čína a hybrid. hrozby - dle sentimentu mluvčího



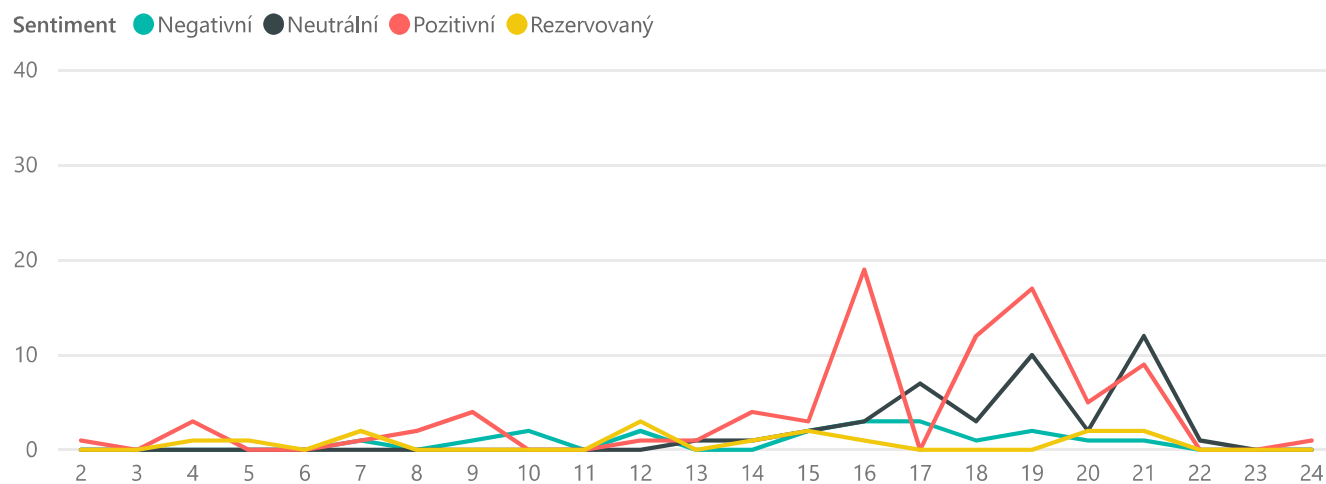
EU tweety k tématu Rusko, Čína a hybrid. hrozby - dle kat. mluvčího



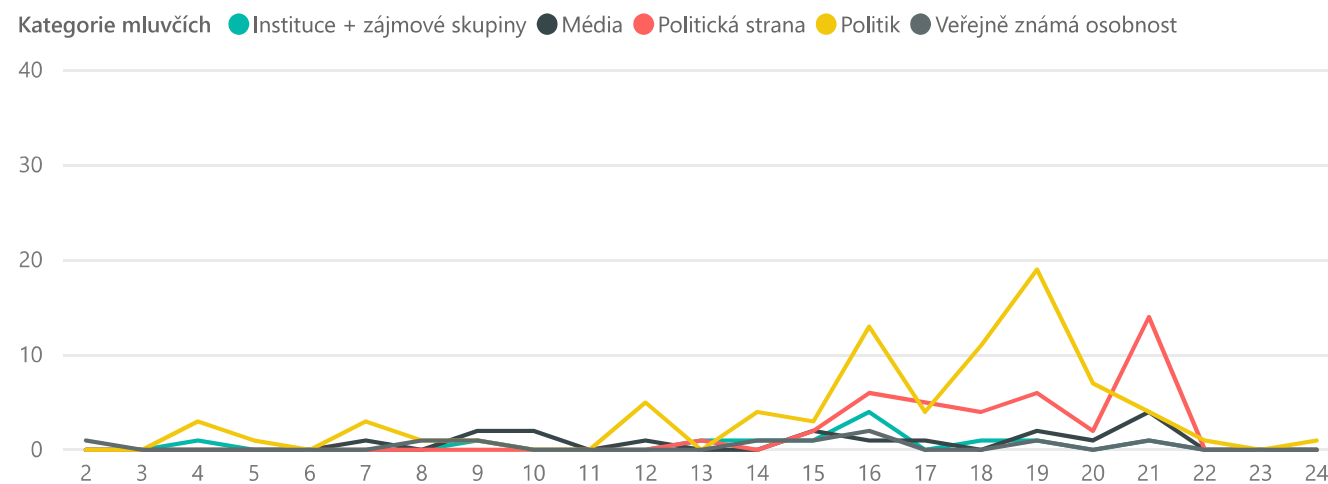
Tématu evropských dotací se na rozdíl od Brexitu a dalších témat věnují silně i aktéři s neutrálním, negativním či rezervovaným sentimentem k Evropskému unii. Kromě selhání české politiky totiž obsahuje i téma efektivity dotační politiky a její současné podoby. Téma získává prominenci po auditu o střetu zájmů Andreje Babiše. Jako aktuálnímu konfliktnímu tématu se mu pak podobně jako Brexitu silněji věnují média a politici vymezující se proti Andreji Babišovi (Petr Fiala, Jiří Pospíšil, Petr Ježek, Ivan Bartoš, atd). Tweety, které se týkají evropské politiky a EU v kontextu Ruska, Číny a nových hybridních hrozeb, se věnují dle očekávání zejména aktéři s pozitivním vztahem k EU. Kromě nich se ale k tomuto tématu opakovaně a s opačným hodnotovým hlediskem vyjadřuje Sputnik. Oproti dosud zkoumaným "politics" tématům zde nedominují politici a média, ale relativně silnější slovo mají veřejné osobnosti a zájmové skupiny.

Počet EU tweetů k tématům Dvojitá kvalita potravin a euro (měna) - podle sentimentu a typu mluvčích

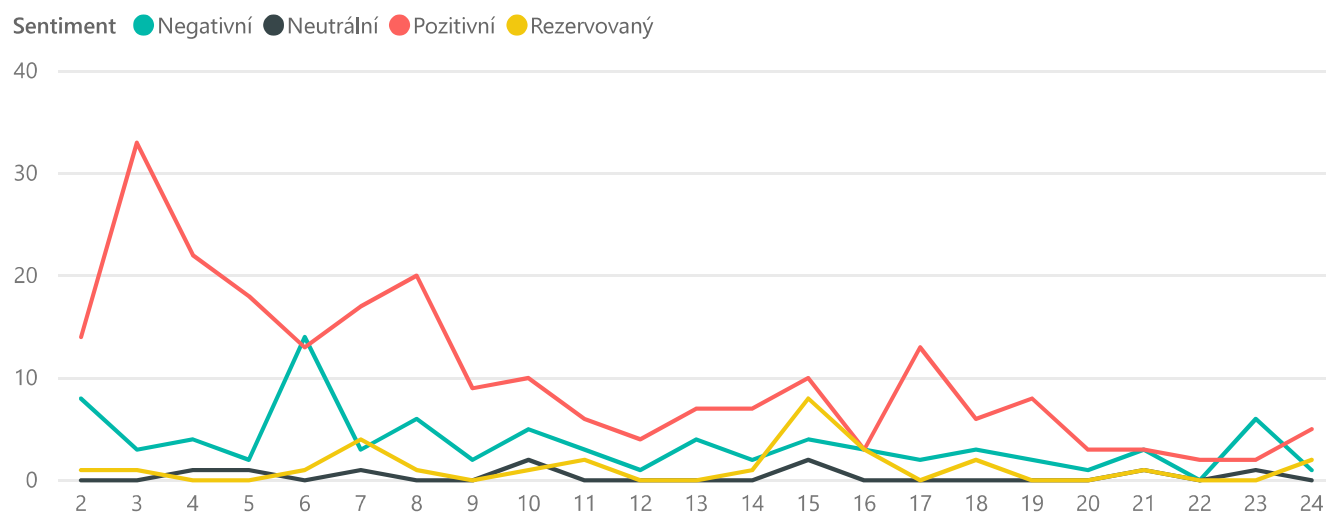
EU tweety k tématu Dvojitá kvalita potravin - dle sentimentu mluvčích



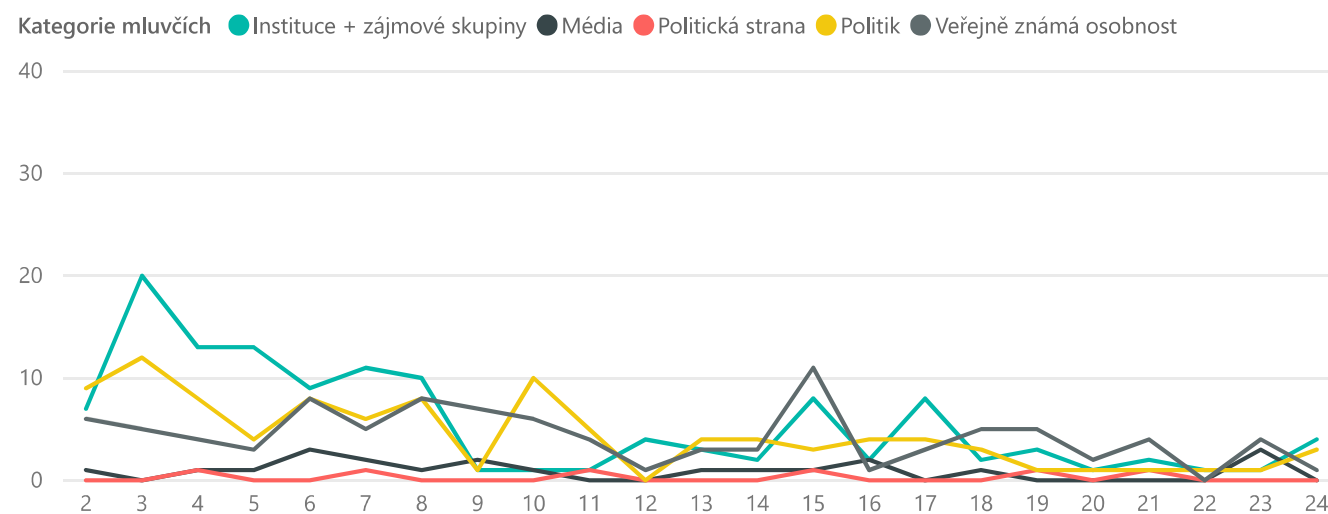
EU tweety k tématu Dvojitá kvalita potravin - dle kategorie mluvčích



EU tweety k tématu Euro (měna) - dle sentimentu mluvčích



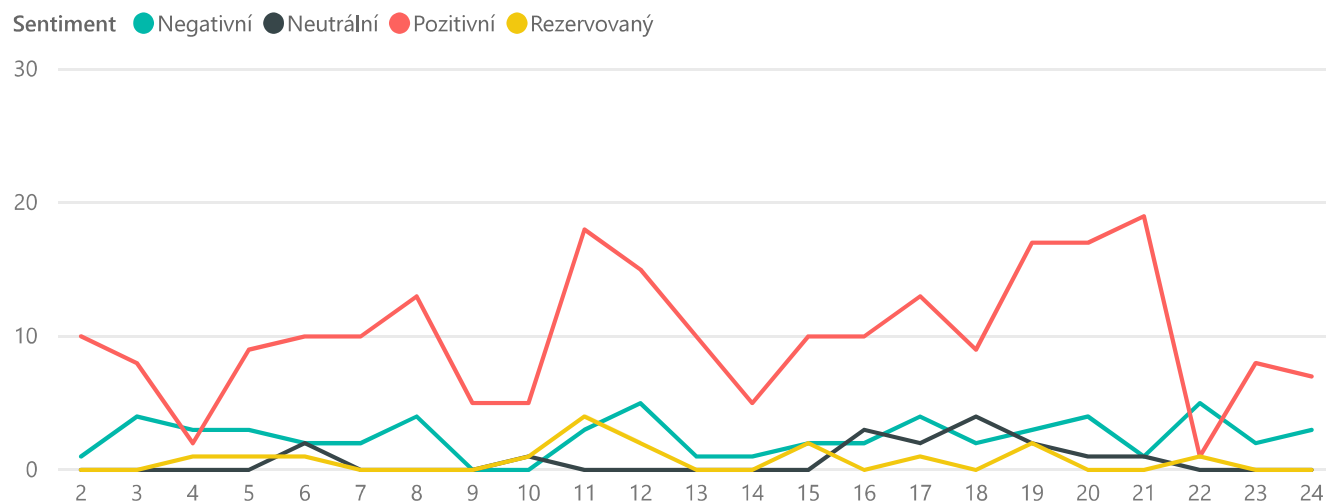
EU tweety k tématu Euro (měna) - dle kategorie mluvčích



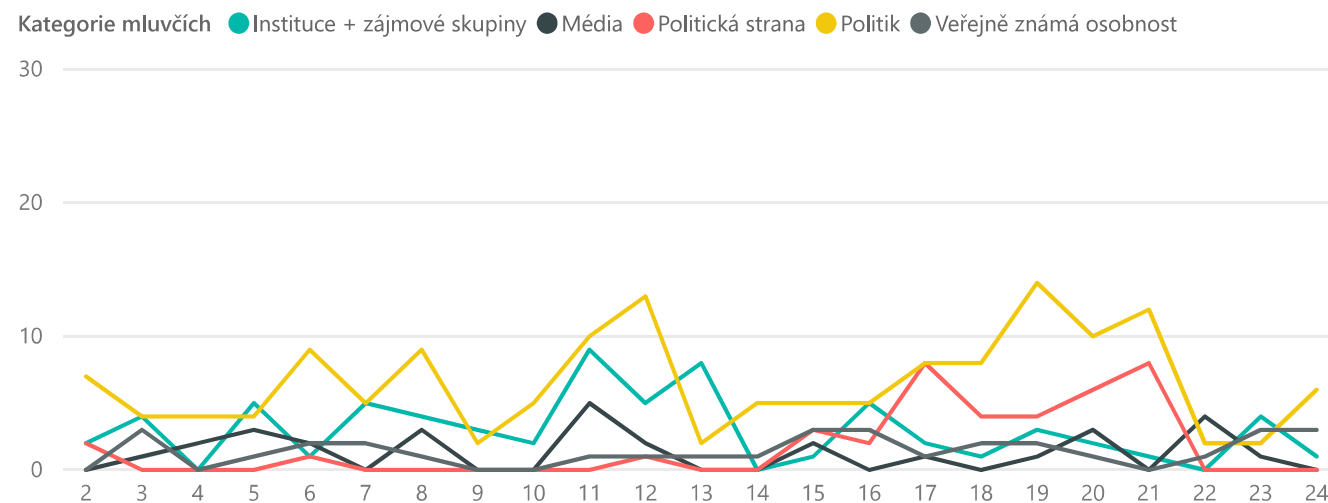
Téma dvojitá kvalita potravin až do poloviny dubna na českém Twitteru takřka neexistovalo. Pak ho do hry výrazně vnášejí politici a politické strany (zejména ČSSD a politici ANO). Téma však nepřebírá takřka nikdo z ostatních typů aktérů (novináři, zájmové skupiny, veřejné osobnosti). Na tématu eura a případného vstupu do eurozóny je zajímavá zcela opačná dynamika. Věnují se mu totiž aktéři pozitivně naladěni k EU i ekonomicky orientovaní euroskeptici (Pavel Kohout, Jan Skopec, Lukáš Kovanda). S přibližujícími se volbami pak toto téma postupně ustupuje. Je tomu tak mimo jiné proto, že zatímco v období ledna a února se mu političtí a k EU vstřícní aktéři věnovali, v předvolebním období a při volbách se o tom nepopulárním tématu příliš nemluvilo.

Počet EU tweetů k tématům klima a ekologie a migrace - podle sentimentu a typu mluvčích

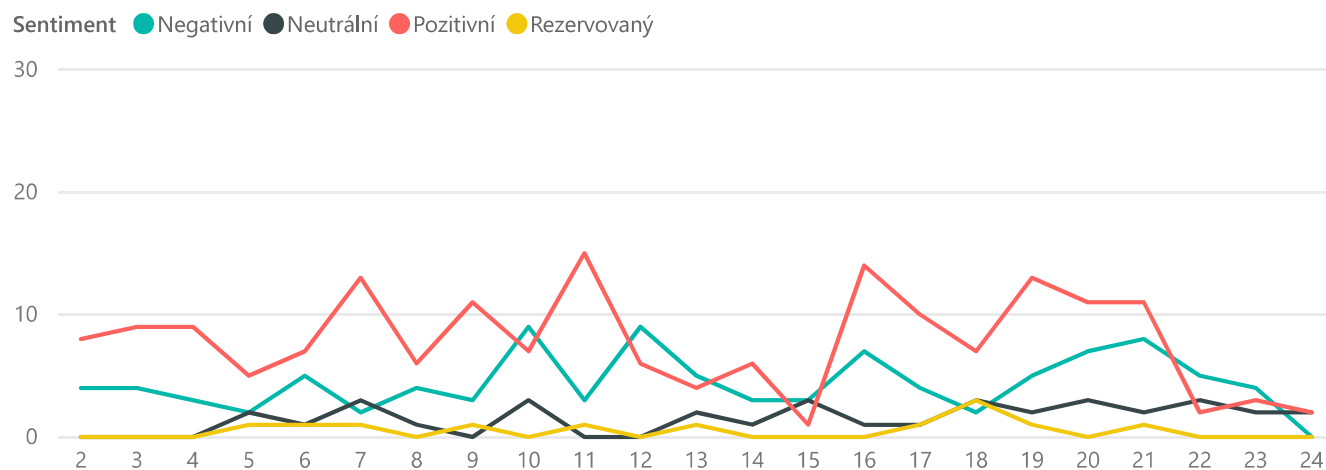
EU tweety k tématu Klima a ekologie - dle sentimentu mluvčího



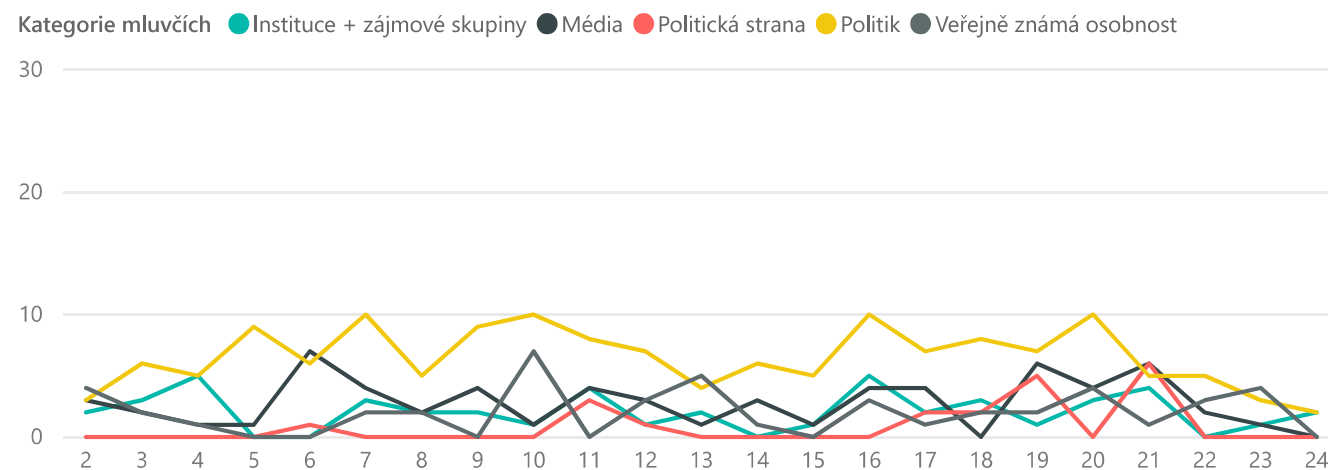
EU tweety k tématu Klima a ekologie - dle kategorie mluvčího



EU tweety k tématu Migrace - dle sentimentu mluvčího



EU tweety k tématu Migrace - dle kategorie mluvčího



Tématu klimatických změn a ochrany přírody se silně věnují k Evropské unii pozitivně naladěni aktéři. Výrazně například Pavel Poc (lídr ČSSD). Od dubna mírně roste i aktivita neutrálních a negativně naladěných mluvčích, kteří tematizují tzv. klimatický alarmismus. Mezi ty patří jak někteří politici (Jan Zahradil), tak i radikálnější osobnosti (Martin Konvička). Politici a politické strany se tématu začínají mírně více věnovat ve volební kampani, nicméně intenzita tweetů na toto téma nepřesahuje dohromady 20 tweetů týdně. Téma migrace (přijímání uprchlíků a soužití s islámem v Evropě) je jediné téma, kde v některých obdobích dominují k EU negativně naladěni aktéři. Často jde o neliberální aktéry (Martin Konvička, Radim Fiala, Sputnik, Parlamentní listy, Petr Hampl). Přes mírný nárůst aktivity těchto aktérů v období voleb se téma na Twitteru výrazněji neprosadilo.

Nejaktivnější mluvčí v jednotlivých tématech EU tweetů (top 10).
 Přibližný počet EU tweetů s danou tematikou za celé období (24 týdnů).

Evropské volby

JaromirStetina	150+
EuroparlCS	101 až 150
EP_Praha	101 až 150
PetrJezek	91 až 100
FilipNerad	71 až 80
ESO	71 až 80
KSCM	61 až 70
PetrFischer	61 až 70
CSSD	61 až 70
JanZahradil	61 až 70

Brexit

FilipNerad	150+
ProuzaTomas	91 až 100
PetrJezek	91 až 100
EuropeumPrague	31 až 40
OndrejHouska	31 až 40
JanZahradil	21 až 30
FrantisekMatejka	31 až 40
MarekZenisek	21 až 30
JakubJanda	21 až 30
KaterinaKonecna	21 až 30

euro (měna)

ProEuro	61 až 70
PavelKohout	31 až 40
ProuzaTomas	21 až 30
ZastoupeniEK	21 až 30
PetrJezek	11 až 20
LukasKovanda	11 až 20
JaromirStetina	11 až 20
EuropeumPrague	11 až 20
JanSkopecek	11 až 20
EuroparlCS	do 10

Rusko, Čína a hybridní hrozby

JaromirStetina	71 až 80
Sputnik	41 až 50
JakubJanda	41 až 50
JakubKalensky	21 až 30
MartinEhl	21 až 30
EP_Praha	21 až 30
PetrJezek	21 až 30
ZastoupeniEK	21 až 30
EuroparlCS	11 až 20
AlexandrMitrofanov	11 až 20

Klima a ekologie

PavelPoc	41 až 50
EP_Praha	21 až 30
JaromirStetina	21 až 30
ZastoupeniEK	21 až 30
EuroparlCS	11 až 20
Sputnik	11 až 20
PetrJezek	11 až 20
ESO	do 10
MartinKonvicka	do 10
PetrFischer	do 10

Migrace

PetrJezek	21 až 30
EP_Praha	11 až 20
Sputnik	11 až 20
RadimFiala	11 až 20
MartinKonvicka	11 až 20
Parlamentnilisty	11 až 20
EuroparlCS	11 až 20
MichaelaSojdrova	11 až 20
ZastoupeniEK	do 10
PetrHampl	do 10

Dotace

ZastoupeniEK	31 až 40
PetrJezek	21 až 30
JanPovysil	21 až 30
JiriPospisil	11 až 20
PetrFiala	11 až 20
FilipNerad	11 až 20
IvanBartos	11 až 20
TomasZdechovskyEP	11 až 20
PetrFischer	11 až 20
TOP 09	11 až 20

Dvojitá kvalita potravin

CSSD	21 až 30
OlgaSehnalova	11 až 20
PetrJezek	do 10
ProuzaTomas	do 10
PavelPoc	do 10
Parlamentnilisty	do 10
MichaelaSojdrova	do 10
PetrFischer	do 10
VeraJourova	do 10
ZastoupeniEK	do 10

Počty tweetů týkajících se EU, evropské politiky v kontextu daného tématu uvádíme v intervalech a za celé období od 7. 1. do 16. 6.