

Evropské volby 2014 na sociální síti Twitter

Zpráva z výzkumu

Srpen 2014

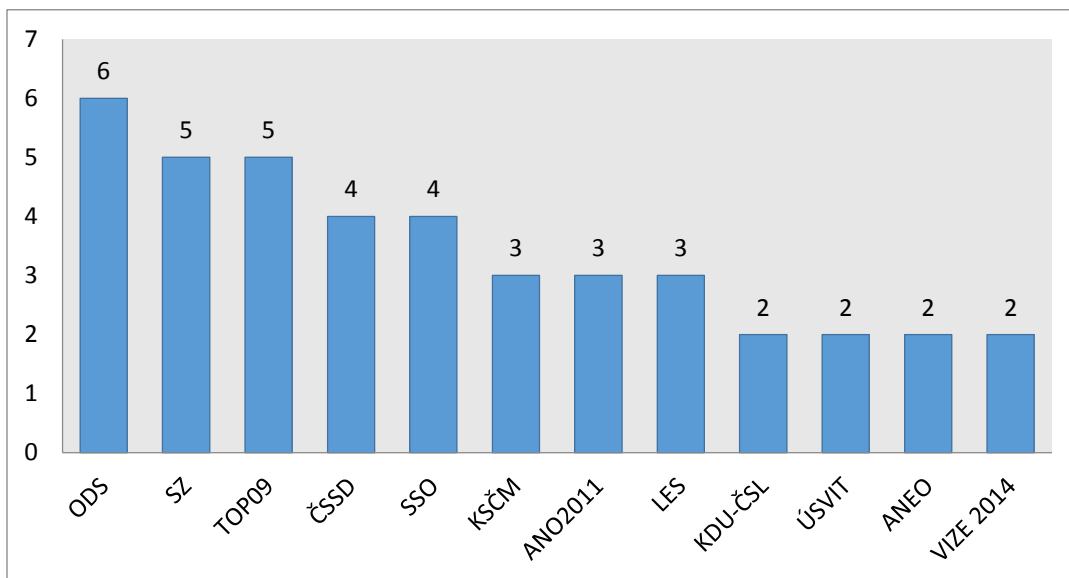
Mgr. Jan Švelch

PhDr. Václav Štětka, Ph.D.

<http://www.polcore.cz>

Výzkumná skupina PolCoRe dlouhodobě analyzuje užívání sociálních médií ve volební komunikaci v České republice. Jestliže v předchozích výzkumných zprávách jsme prezentovali vybraná data ilustrující intenzitu komunikace prostřednictvím sociální sítě Facebook v kampaních do Poslanecké sněmovny PČR v říjnu 2013 ([PDF](#)) a do Evropského parlamentu v květnu 2014 ([PDF](#)), v této zprávě přinášíme dílčí výsledky studie zaměřené na aktivitu politiků a politických stran na Twitteru během letošní volební kampaně do Evropského parlamentu¹.

Zatímco Facebook, který je nejrozšířenější sociální sítí v ČR, se od prezidentských voleb v roce 2013 stal etablovaným nástrojem domácích volebních kampaní, role Twitteru v politické komunikaci byla až do letošního roku poměrně marginální. Teprve květnové volby do Evropského parlamentu naznačily v tomto ohledu výraznější posun, jak ostatně potvrdila také předvolební „superdebata“ České televize, při níž volební lídři diskutovali s diváky právě prostřednictvím Twitteru. Jak se lišily jednotlivé politické strany v adopci Twitteru pro volební komunikaci a mobilizaci voličů? Kteří kandidáti byli během volební kampaně na Twitteru neaktivnější a do jaké míry dokázali využít síťového potenciálu této komunikační platformy? Tyto otázky stály v pozadí výzkumu, který realizovala skupina PolCoRe v rámci mezinárodního projektu koordinovaného výzkumníky z Univerzity v Aarhusu, Univerzity v Kodani a Univerzity v Ghentu. Sběr dat probíhal s využitím programu YourTwrapperKeeper v období od patnáctého dubna do jednatřicátého května; archivovány byly všechny účty jednotlivých politiků, kteří kandidovali do Evropského parlamentu, a současně všechny účty jednotlivých politických stran. Tato výzkumná zpráva přináší základní deskripci shromážděných dat.



Graf č. 1: Počet aktivních kandidátů na Twitteru podle stranické příslušnosti

První graf ilustruje počet aktivních kandidátů do EP 2014 podle stranické příslušnosti. Aktivním kandidátem je míněn účet politika na Twitteru, který ve sledovaném období od 15. dubna do 31. května publikoval alespoň jeden tweet. V tomto ohledu byli nejvíce zastoupeni kandidáti ODS s šesti aktivními kandidáty, následovaní Stranou zelených a TOP 09, obě po pěti aktivních kandidátech.

¹ Tento výzkum byl podpořen Grantovou agenturou České republiky (Standardní grant č. 14-05575S).

Souhrnný počet aktivních kandidátů byl 48, tedy jen **5,6 %** z celkového počtu 848 kandidátů ve volbách do EP.

Pokud se však zaměříme na celkový počet tweetů vyprodukovaný aktivními kandidáty, poměr mezi stranami se výrazně liší (viz Tab. 1). Jednoznačně neaktivnějšími byli zástupci Strany svobodných občanů, kteří ve sledovaném období publikovali 2 888 tweetů, následovala Občanská konzervativní strana, reprezentována ovšem pouze jedním kandidátem, a Strana zelených.

Politická strana	Počet tweetů	Počet aktivních politiků
SSO	2888	4
OK STRANA	392	1
SZ	321	5
KDU-ČSL	264	2
VIZE 2014	250	2
ANO2011	217	3
LES	216	3
ODS	212	6
ČSSD	192	4
KSČM	135	3
TOP09	105	5
ÚSVIT	54	2
ANEO	19	2

Tab. 1: Počet tweetů publikovaných aktivními kandidáty podle stranické příslušnosti

Kromě prostého počtu publikovaných tweetů analýza dále sledovala podíl „síťových tweetů“, podíl tweetů obsahujících alespoň jeden hashtag, počet obdržенých zmínek (mentions) a počet sledujících (followers) jednotlivých kandidátských účtů. Pod pojmem „síťový tweet“ rozumíme jakoukoli zmínku (mention) včetně odpovědí (reply) a retweet, tedy jakýkoliv uživatelem vyprodukovaný tweet, který cíleně využívá síťový potenciál Twitteru v propojování uživatelů. Opakem „síťových tweetů“ jsou takzvané singletony, které vysílají pouze samotné sdělení, ale nepropojují je s ostatními uživateli Twitteru.² Poměr mezi „síťovými tweety“ a celkovým počtem publikovaných tweetů zachycuje kvalitativní rozdíly ve využívání Twitteru jednotlivými politiky, tj. může být pokládán za určitý indikátor „gramotnosti“ kandidátů ve vztahu k této komunikační technologii. Podobným indikátorem může být i využití hashtagů. Počet obdržенých zmínek (mentions) pak ukazuje aktivitu ostatních uživatelů směřovanou k danému kandidátovi. Počet sledujících (followers) odpovídá stavu krátce po skončení voleb do Evropského parlamentu.

² Užití hashtagů není v tomto smyslu pokládáno za „síťový tweet“, podíl tweetů s hashtagy oproti celkovému počtu tweetů však pro ilustraci uvádíme jako samostatný údaj.

Kandidát	Strana	Pořadí na kandidátce	Počet odeslaných tweetů	Podíl síťových tweetů	Podíl tweetů s hashtagem	Počet obdržených zmínek	Počet sledujících
Martin Pánek	SSO	5	1714	88%	16%	1213	854
Jiří Rybář	SSO	27	1034	76%	8%	996	589
Alexandr Stepanovič	OK STRANA	13	392	6%	1%	2	98
Lukáš Dvořák	VIZE 2014	12	249	73%	56%	47	111
Tomáš Zdechovský	KDU-ČSL	3	168	60%	49%	151	321
Petr Ježek	ANO 2011	2	143	73%	27%	30	158
Tomáš Pikola	LES	26	127	89%	48%	20	121
Tomáš Pajonk	SSO	3	125	86%	5%	235	297
Ondřej Liška	SZ	1	122	84%	29%	926	4412
Edvard Kožušník	ODS	10	109	76%	43%	133	1935
Richard Falbr	ČSSD	6	101	85%	64%	82	364
Anna Pospěch Durnová	SZ	8	98	68%	46%	23	177
Eduard Hulicius	KDU-ČSL	4	96	96%	29%	64	152
Dagmar Švendová	KSČM	9	86	0%	0%	1	7
Milena Vicenová	LES	1	79	72%	23%	82	56
Pavel Telička	ANO 2011	1	72	89%	21%	265	793
Pavel Poc	ČSSD	3	69	68%	51%	161	653
Pavel Trantina	SZ	11	62	11%	10%	13	201
Stanislav Polčák	TOP 90	3	53	23%	8%	90	504
Kateřina Radostová	KSČM	3	53	19%	23%	11	20

Tab. 2: Kandidáti do EP 2014 na Twitteru – přehled síťové aktivity u TOP 20 kandidátů

Nejaktivnějšími kandidáty na Twitteru byli ve sledovaném období Martin Pánek a Jiří Rybář za Stranu svobodných občanů. Martin Pánek nejenom publikoval nejvíce tweetů (1 714, tj. v průměru zhruba 40 denně!), ale zároveň obdržel i nejvíce zmínek (1 213). Největší podíl síťových tweetů měl Eduard Hulicius z KDU-ČSL – 92 z jeho celkových 96 tweetů byly zmínky (mentions) nebo retweety. Hashtagy ve svých tweetech používal nejvíce Richard Falbr z ČSSD, 64 % jeho tweetů obsahovalo alespoň jeden hashtag. Největší počet sledujících (followers) z kandidátů aktivních na Twitteru měl v době volební kampaně tehdejší předseda Strany zelených Ondřej Liška (4 412), na druhém místě byl Edvard Kožušník z ODS (1 935).

Jak je patrné z tabulky č. 2, mezi pořadím na kandidátce a aktivitou na Twitteru v kampani do Evropského parlamentu 2014 neexistovala žádná spojitost. Mezi dvacítkou nejaktivnějších jsou jak kandidáti ze zadních pozic (Jiří Rybář ze Strany svobodných občanů byl na posledním místě své kandidátky), tak i lídři jako Ondřej Liška ze Strany zelených nebo Pavel Telička z ANO 2011.

Strana	Počet odeslaných tweetů	Podíl síťových tweetů	Podíl tweetů s hashtagem	Počet obdržených zmínek
SZ	283	91%	34%	913
ČSSD	273	84%	66%	578
LES	269	55%	13%	140
SSO	255	73%	19%	1858
PIRATI	202	33%	25%	755
VV	179	0%	0%	13
TOP09	177	75%	44%	687
ODS	149	73%	40%	742
KSČM	88	0%	0%	142
KDU-ČSL	64	55%	55%	187
ANEO	36	11%	19%	1
KORUNA	28	0%	0%	5
OK STRANA	24	0%	0%	1
ÚSVIT	20	85%	35%	102
SNK ED	7	29%	14%	1
REPUBLIKA	3	100%	100%	51

Tabulka č. 3: Aktivita stranických účtů na Twitteru

Při pohledu na statistiku stranických účtů lze v první řadě konstatovat, že Twitter jako platformu pro volební komunikaci využila méně než polovina (16) z celkového počtu 38 stran, které se voleb zúčastnily. Z parlamentních stran chybí pouze stranický účet ANO 2011, což poněkud kontrastuje s faktem, že účet stranického lídra Andreje Babiše patří s více než 26 tisíci následovníky mezi nejvíce sledované účty na českém Twitteru (sám Babiš nicméně v průběhu kampaně publikoval pouze 23 tweetů).

Pokud se zaměříme na stranické účty, jsou počty odeslaných tweetů na prvních čtyřech místech velmi vyrovnané: Strana zelených (283), ČSSD (273), LES (269) a SSO (255). Poměr takzvaných „síťových tweetů“ je nejvyšší u Strany zelených (91 %), absenci vykazují účty Věcí veřejných, KSČM, Koruny České a Občanské konzervativní strany. Nepočítáme-li stranu Republika, která sice tweetovala pokaždé s hashtagem, ale celkově publikovala jen tři tweety, lze říci, že relativně nejčastěji používala hashtagy v komunikaci na stranickém Twitteru ČSSD (66 %). V počtu obdržených zmínek byla na prvním místě SSO (1 858), což je ve shodě s velmi vysokou aktivitou jejich individuálních kandidátů (viz Tab. 2); v pořadí druhá Strana zelených obdržela poloviční počet zmínek (913).

Shrnutí

Podobně jako na Facebooku, tak i v prostředí Twitteru byla v rámci letošní volební kampaně do Evropského parlamentu Strana svobodných občanů jednou z neaktivnějších stran – její čtyři aktivní členové výrazně zastínili ostatní politická uskupení. Také stranický účet SSO patřil mezi čtveřici neaktivnějších a ostatní výrazně předstihl v počtu obdržených zmínek. Twitter silně využívala i Strana zelených, jejíž stranický účet byl co do počtu publikovaných tweetů nejplodnější a v souhrnném množství tweetů zveřejněných individuálními kandidáty pak strana figurovala na třetím místě v publikovaných tweetech. Tehdejší stranický předseda Ondřej Liška měl nejvíce followerů z aktivních kandidátů do EP 2014 na Twitteru. ODS měla nejvíce aktivních kandidátů (6), o jednoho méně měly ČSSD a TOP09. Vzhledem k velikosti kandidátek (maximálně 28) to znamená, že 21 % kandidátů ODS

využilo Twitter ve volební kampani, u ČSSD a TOP09 to bylo necelých 18 %. Z celkových 848 kandidátů do Evropského parlamentu publikovalo alespoň jeden tweet pouze necelých 6 %. Jakkoli zatím nejsou k dispozici srovnatelná data z dalších zemí v kontextu letošní kampaně do Evropského parlamentu, dostupné údaje z jiných kampaní naznačují, že političtí aktéři v ČR si doposud Twitter neosvojili v takové míře jako jejich protějšky v řadě západních států. Orientační představu nabízí v tomto smyslu například studie nizozemských a britských parlamentních voleb v roce 2010,³ podle které v Nizozemí z celkových 493 kandidátů využívalo Twitter zhruba 42 % (u nejaktivnější strany pak tweetovalo 60 % kandidátů), ve Velké Británii pak bylo na Twitteru aktivních 22 % z 1 893 kandidátů.

Přestože květnové evropské volby prokázaly obecně se zvyšující zájem českých politických stran a kandidátů o Twitter jako prostředek volební komunikace, jeho intenzita i konkrétní způsoby využití (zvláště s ohledem na síťový potenciál této platformy) vykazovaly napříč stranami i mezi jednotlivými kandidáty znatelné rozdíly. Stejně jako v případě Facebooku, také na Twitteru byly celkově aktivnější spíše menší resp. mimoparlamentní strany a jejich kandidáti (především SSO a Strana Zelených; překvapivá byla naopak absence Twitteru u kandidátů České pirátské strany). Příležitost oslovit voliče prostřednictvím Twitteru využily – ve srovnatelné míře jako etablované strany – také zcela nové či okrajové subjekty jako např. LES či VIZE 2014. Nízký poměr síťových tweetů a tweetů s hashtagem u řady kandidátů a stranických účtů (viz zejména KSČM) naopak naznačuje, že hlubší obeznámenost s možnostmi této sociální sítě pro efektivní síťovou komunikaci byla v průběhu kampaně k evropským volbám v dubnu a květnu 2014 omezena na relativně úzký okruh politických aktérů. Vzhledem ke kontinuálně se zvyšující penetraci Twitteru v české populaci bude proto zajímavé sledovat, zda již nadcházející senátní a komunální volby v říjnu 2014 přinesou v tomto směru nějaký další posun.

Mgr. Jan Švelch

PhDr. Václav Štětka, Ph.D.

Na výzkumu dále spolupracovali Mgr. Zuzana Karašćáková a členové výzkumné skupiny PolCoRe.

Kontakt: stetka@fsv.cuni.cz, tel. 739611034, www.polcore.cz

Tato výzkumná zpráva byla financována z grantu Grantové agentury České republiky (Standardní grant č. 14-05575S).

³ Graham, T.; Jackson, D.; Broersma, M. (2014): *New platform, old habits? Candidates' use of Twitter during the 2010 British and Dutch general election campaigns*. New Media & Society.